



**Les discours en interaction de la presse en ligne.
Propositions pour une théorisation de la coproduction
journalistique**

Ricardo Augusto López Díaz

► **To cite this version:**

Ricardo Augusto López Díaz. Les discours en interaction de la presse en ligne. Propositions pour une théorisation de la coproduction journalistique. Sciences de l'information et de la communication. Université de la Sorbonne nouvelle - Paris III, 2014. Français. NNT : 2014PA030050 . tel-01158593

HAL Id: tel-01158593

<https://theses.hal.science/tel-01158593>

Submitted on 1 Jun 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

UNIVERSITÉ PARIS III – SORBONNE NOUVELLE

École Doctorale Arts et Médias 267

Institut de la Communication et des Médias (ICM)

DOCTORAT DE L'UNIVERSITÉ PARIS III – SORBONNE NOUVELLE

Discipline : Sciences de la Communication et de l'Information

THÈSE

Présentée par

Ricardo LÓPEZ DÍAZ

Titre :

Les discours en interaction de la presse en ligne.

Propositions pour une théorisation de la coproduction journalistique

Sous la direction de

M. le Professeur Guy LOCHARD

Soutenue le 23 mai 2014

JURY

M. Patrick CHARAUDEAU, professeur émérite, Université Paris XIII

M. Guy LOCHARD, professeur émérite, Université Paris III-Sorbonne Nouvelle

M. Franck REBILLARD, professeur des universités, Université Paris III-Sorbonne Nouvelle

M. Jean-Michel UTARD, professeur des universités, Université de Strasbourg

UNIVERSITÉ PARIS III – SORBONNE NOUVELLE

École Doctorale Arts et Médias 267

Institut de la Communication et des Médias (ICM)

DOCTORAT DE L'UNIVERSITÉ PARIS III – SORBONNE NOUVELLE

Discipline : Sciences de la Communication et de l'Information

THÈSE

Présentée par

Ricardo LÓPEZ DÍAZ

Titre :

Les discours en interaction de la presse en ligne.

Propositions pour une théorisation de la coproduction journalistique

Soutenue le 23 mai 2014

Résumé

LÓPEZ DÍAZ Ricardo. *Les discours en interaction de la presse en ligne. Propositions pour une théorisation de la coproduction journalistique*. Paris: Université de la Sorbonne Nouvelle-Paris III, 2014. 310 p.

Ce travail vise à présenter les caractéristiques des discours en interaction produits par la presse en ligne. Nous pensons à titre d'hypothèse que, d'une part, une analyse sémiolinguistique de la presse en ligne peut redéfinir, à partir d'une perspective actualisée, le contrat de la communication médiatique, et, d'autre part, que cette analyse sémiolinguistique de la presse en ligne peut nous conduire à introduire des éléments pour une théorie de la coproduction journalistique. En conclusion générale, après analyse du corpus sélectionné, composé d'informations publiées par quatre titres de référence (*TheNewYorkTimes.com*, *DerSpiegel.de*, *ElPaís.com* et *LeMonde.fr*), nous affirmons que la presse en ligne cherche à susciter des débats (polémiques) chez ses lecteurs afin de renforcer les bases de sa logique économique de machine productrice de sens. Le journalisme dit citoyen ou participatif relève, pour l'instant, d'une stratégie publicitaire et commerciale qui séduit les lecteurs en vantant les nouvelles possibilités offertes par le web. Même s'il est vrai qu'aujourd'hui grâce à ces dernières tout le monde peut être journaliste, tout le monde en revanche ne dispose pas des ressources techniques et des dispositifs de communication dont jouit la presse en ligne. Et surtout, il est impossible à l'internaute-journaliste d'avoir une portée équivalente dans le vaste et invisible auditoire des réseaux télématiques.

Mots clés : presse en ligne, analyse sémiolinguistique du discours, communication médiatique.

Abstract

LÓPEZ DÍAZ Ricardo. *The Discourses in Interaction of the Online Press. Propositions for a Theorizing of the Journalistic Coproduction*. Paris: Sorbonne Nouvelle-Paris III University, 2014. 310 pages.

The aim of this paper is to present the characteristics of the discourses in interaction generated by the online press. Our hypothetical matrix justifies, in one hand, that a semiolinguistic analysis of the online press can redefine, from a current perspective, the contract of the mass media communication, and, in other hand, that the semiolinguistics analysis of the online press can lead the introduction of the theoretical components of the journalistic coproduction. As a general conclusion, after conducting an analysis of the selected corpus, consisting of digital information published by four reference headers (TheNewYorkTimes.com, DerSpiegel.de, ElPais.com and LeMonde.fr), we argue that online press intends to promote (controversial) discussions among its readers in order to strengthen the foundations of its economic logic as a sense-making machine. The so-called citizen or participatory journalism is, for now, an advertising and marketing strategy that appeals to readers, and plunges them into a wave of changing situations in which, it is true, everyone can now be a journalist, but never with the same technical resources, communication devices, and, above all, the same range in the vast and invisible audience of such networks.

Keywords: Online press, semiolinguistic discourse analysis, mass media communication.

A mi padre

Remerciements

Écrire une thèse est peut-être parmi les travaux les plus solitaires qui soient, mais c'est en même temps une tâche que l'on ne peut mener à bien sans l'aide de nombreuses personnes. C'est pourquoi je souhaite ici témoigner en premier lieu mon immense gratitude à mon directeur de thèse Guy Lochard pour sa patience, ses précieux conseils et son érudition. Grâce à lui ce travail a pu arriver à son terme et éviter le naufrage dans un océan d'inconsistance et d'inefficacité.

Je remercie également Patrick Charaudeau, qui a bien voulu m'accepter comme doctorant, en septembre 2009, et me mettre en contact avec M. Lochard pour la direction de cette thèse. Cette dernière témoigne de l'influence que l'œuvre de M. Charaudeau a eue sur mon travail. Je lui exprime ainsi toute ma gratitude. C'est grâce à lui, ainsi qu'à M. Lochard, que j'ai pu comprendre le discours produit par les médias de communication.

Je remercie également les professeurs Franck Rebillard, Jean-Michel Utard, Patrick Charaudeau et Guy Lochard d'avoir accepté de faire partie du jury et d'examiner la présente thèse. Tous ont contribué de manière décisive à la réalisation de ce travail en me permettant d'orienter mes réflexions vers des domaines essentiels très divers, dans le cadre transdisciplinaire que j'avais choisi, comme la presse sur internet, l'étude de la réception et l'analyse du discours journalistique.

Je souhaite également remercier, pour l'aide formidable qu'ils m'ont apportée, mes collègues doctorants ainsi que les chercheurs et professeurs de l'Université Paris III et de l'Université du Zulia au Venezuela.

Pour leur travail de traduction, correction et relecture de la majeure partie de ce travail, je remercie également Solange Kusseling et les traducteurs grâce auxquels cette thèse est devenue, contre toute attente, beaucoup plus claire et beaucoup plus précise.

Ma famille, ma femme et mes enfants, qui m'ont tant soutenu pendant tout ce temps, occupent bien évidemment une place particulière dans ces remerciements. Venir en France avec ma femme enceinte et mes deux enfants de trois et cinq ans avec l'idée de réaliser une thèse ne fut possible que grâce à la constance, la patience et l'amour de Zureya et de mes merveilleux enfants Samuel, Emma et Daniel.

Je remercie également mes parents, qui ont tant fait pour moi et qui depuis mon enfance m'ont toujours encouragé et ont su me transmettre le goût des études. Mon père, Rómulo López Negrette, nous a quittés au mois de mars 2014, quelques mois avant que je ne soutienne ce travail. À lui je dédie cette thèse. Je le remercie de m'avoir soutenu, d'avoir cru en moi et en mes rêves, et parce que quel que soit l'endroit où il se trouve, son inoubliable sourire ne cessera jamais d'illuminer ma vie.

Je remercie enfin mes frères et tout le reste de ma famille ainsi que tant d'amis, trop nombreux pour être cités ici malheureusement, et qui ont rendu ce travail possible et le chemin si plaisant. Cependant, ce dernier ne s'arrête pas ici. Il débouche à présent sur de nouveaux horizons, peut-être porteurs de nouvelles expériences et de nouveaux questionnements.

Sommaire

<i>Résumé</i>	3
<i>Abstract</i>	4
<i>REMERCIEMENTS</i>	6
<i>AVANT-PROPOS</i>	13
Une vie, une thèse	13
<i>INTRODUCTION</i>	17
Cadre d'hypothèses et plan de l'ouvrage	17
1. <i>Plan de travail</i>	21
<i>CHAPITRE 1</i>	24
La presse en ligne et le journalisme électronique	24
1. <i>Brève histoire du journalisme</i>	26
2. <i>Histoire de la presse en ligne</i>	29
2.1. L'apparition des réseaux télématiques	33
2.2. Presse et internet aux États-Unis	36
2.3. Le développement du journalisme en ligne en Europe	40
2.3.1. Le journalisme en ligne en France	42
2.3.2. Le journalisme en ligne en Espagne	46
2.4. Le cas latino-américain	48
3. <i>Caractéristiques du journalisme en ligne</i>	49
<i>CHAPITRE 2</i>	55
Tendances de la recherche sur la presse en ligne	55

1. <i>Premières axes de recherche</i>	57
2. <i>Années 1990, les débuts</i>	59
3. <i>Nouveau siècle, nouvelles propositions</i>	64
4. <i>Sur le cyber-journalisme</i>	68
5. <i>La presse en ligne dans le discours</i>	79
6. <i>Résumé</i>	83
 <i>CHAPITRE 3</i>	85
Le discours journalistique dans la communication médiatique	85
1. <i>Modèles traditionnels de communication</i>	86
2. <i>Le contrat de la communication médiatique</i>	91
2.1. La notion de contrat dans les sciences sociales	91
2.2. Le contrat dans la presse en ligne	95
2.3. Des instances et processus	97
3. <i>La communication médiatisée par ordinateur</i>	103
3.1. Communication médiatisée par ordinateur et sciences humaines et sociales	104
3.2. Sur la pertinence et la netiquette	105
 <i>CHAPITRE 4</i>	108
Cadre théorique de l'étude.....	108
1. <i>Sémiolinguistique du discours en interaction</i>	112
1.1. Formation discursive	114

1.2. Interdiscours	115
1.3. Sémiolinguistique du discours médiatique	116
1.3.1. Sur les objectifs	119
1.3.2. De l'instrumentation	120
1.4. Interaction et langage	122
1.4.1. L'interaction dans la conversation	125
1.4.2. L'interaction dans le texte écrit	128
1.4.3. Les interactions verbales	131
 2. <i>De la production, de la réception et de l'évènement</i>	134
2.1. Production	136
2.2. Réception	139
2.3. L'évènement	141
 <i>CHAPITRE 5</i>	146
Méthodologie	146
 1. <i>Le corpus</i>	149
 2. <i>Problématiques d'analyse</i>	152
2.1. Une problématique sur la communication médiatique	153
2.2. Une problématique sur l'analyse du discours	155
2.3. Une problématique sur une méthode d'étude de la presse en ligne	157
 <i>CHAPITRE 6</i>	160
Analyse du corpus et résultats	160
 <i>Le moment discursif</i>	164
 1. <i>Le New York Times</i>	165
1.1. Caractéristiques et réciprocité dans le contrat de communication	165

1.2. Typologie des conditions de réalisation des textes	173
2. <i>Der Spiegel</i>	175
2.1. Caractéristiques et réciprocité dans le contrat de communication	175
2.2. Typologie des conditions de réalisation des textes	179
3. <i>El País</i>	180
3.1. Caractéristiques et réciprocité dans le contrat de communication	181
3.2. Typologie des conditions de réalisation des textes	190
4. <i>Le Monde</i>	191
4.1. Caractéristiques et réciprocité dans le contrat de communication	192
4.2. Typologie des conditions de réalisation des textes	196
5. <i>Analyse des résultats</i>	197
5.1. Conditionnements situationnels de la presse en ligne	199
5.1.1. La communication écrite médiatisée par ordinateur	203
5.2. Conditionnements discursifs de la presse en ligne	206
5.3. Les discours en interaction	211
5.3.1. La conversation	213
5.3.2. Le texte écrit	214
5.3.3. Les interactions	216
 CHAPITRE 7	 218
Vers une coproduction journalistique dans la presse en ligne	218
1. <i>Le web 2.0 et le journalisme participatif</i>	221
1.1. Classification	225
2. <i>Les modes d'organisation discursive journalistique</i>	227
2.1. La notion de style selon le modèle linguistico-communicatif	232
3. <i>L'agir communicationnel du journaliste et du lecteur</i>	236

3.1. La recherche du sens dans le discours journalistique	237
3.2. La construction du texte	239
3.3. Pragmatique de la ponctuation	242
4. <i>La coproduction journalistique</i>	245
CONCLUSION GÉNÉRALE	249
Un autre contrat pour un nouveau journalisme ?	249
1. <i>Sur les problématiques d'analyse</i>	254
1.1. Sur l'analyse du discours	258
1.2. Sur une méthode d'étude de la presse en ligne	259
<i>EPILOGUE</i>	262
L'impossible transparence	262
<i>Références bibliographiques</i>	266
<i>Annexes</i>	281

Avant-propos

Une thèse, une vie

On a tellement dit qu'une thèse de doctorat reflétait directement la vie de son auteur, que ce dernier en soit conscient ou pas, que cette affirmation a fini par devenir un cliché éculé. Qu'elle soit vraie ou fausse, qu'il s'agisse d'un lieu commun ou pas, dans mon cas elle correspond bien aux expériences que j'ai vécues ces quinze dernières années et qui transpirent d'une manière ou d'une autre dans les pages qui suivent. Ainsi, si je devais choisir un titre pour résumer ces questionnements autobiographiques, ce dernier serait : « L'avenir mystérieux et incertain qui attend l'art du journalisme et de la presse écrite ». Cependant, comme on attend d'une thèse de doctorat un exercice de réflexion et d'examen théorique éloigné de toute spéculation de nature poétique ou littéraire, je préfère expliquer brièvement quels sont les fondements des préoccupations qui m'ont conduit à présenter ce travail sous un titre différent, cette fois avec des prétentions académiques donc plus « sérieuses » : *Les discours en interaction de la presse écrite. Vers une théorisation de la coproduction journalistique.*

Tout a commencé par le métier que j'ai choisi pour gagner ma vie. En mai 2002, diplômé de ma *licenciatura* en journalisme (qui sanctionne cinq années d'études au Venezuela), je travaillais pour un journal de province vénézuélien. Un an auparavant, j'avais

travaillé dans un petit journal de la Faculté des sciences de l'Université du Zulia ainsi que pour un magazine de tourisme et loisirs qui était mis à disposition sur les sièges des avions d'une ligne aérienne établie à Maracaibo, ville où je suis né un autre mois de mai, celui de 1976. Enfant, je me disais qu'un jour je serais écrivain. Il semble que je n'aie pas trouvé de meilleur moyen d'accéder à cet art noble qu'est la littérature que de devenir journaliste. J'avais toujours adoré lire, j'avais la passion de l'écriture, García Márquez était ma boussole et l'exemple de ce que, dans mes rêves les plus fous, je parviendrais à devenir un jour. Cependant rien n'était plus éloigné de la réalité, si bien qu'en tant que latino-américain fondamentalement idéaliste, j'ai grandi avec l'idée qu'en Europe se trouvait la « clé » de mes « années de formation ».

En 2003, j'ai obtenu un diplôme de master en communication après avoir passé un an en Espagne à La Corogne. Je pensais que grâce à ces études le journalisme n'aurait plus de secrets pour moi. Mais « la vie vaut tous les masters », écrivait Maruja Torres, journaliste catalane aguerrie, sur la couverture de son livre *Mujer en guerra* (Une femme en guerre, 1999). J'avais déjà lu le livre de Torres lorsque je suis arrivé en Espagne. Aujourd'hui encore je m'étonne de n'avoir pas su interpréter ce message, surtout avant de poursuivre mes études. J'ai cependant découvert, sans vouloir tout de suite le reconnaître, que l'art d'informer ne s'apprend que sur le terrain. J'ai poursuivi ma carrière dans le journalisme avec une énergie renouvelée, d'abord en Galice, dans trois journaux différents, dans lesquels je ne faisais le plus souvent que reprendre des dépêches d'agences, puis ensuite à nouveau au Venezuela.

Rêvant toujours de devenir reporter, de vivre des aventures et d'être écrivain (espoir vivace), je me suis dit que la voie du vrai journalisme, celle que je recherchais, ne pouvait être réduite à recycler des dépêches. De retour au pays, j'ai repris mon travail pour le journal de

province qui m'avait employé quelques années auparavant et qu'aujourd'hui encore je considère comme ayant été ma véritable école de journalisme. D'après Beccaria et Saint-Exupéry (2013:17), ce métier est une forme d'« artisanat », un tout consistant à « aller voir, témoigner ; chercher, confronter, questionner » et à « douter, vérifier, comprendre », et, encore mieux, à « raconter ce qui a été vu et compris ; trouver les mots pour le dire et faire sentir, voir, entendre ».

Pourtant, avec le temps, les choses ont changé. Je me suis éloigné du journalisme pendant quelques années, et ne suis revenu à la presse que comme lecteur. Puisque je ne voulais pas acheter de journaux, considérant qu'ils représentaient une dépense inutile et excessive, j'ai commencé à me prendre de passion pour la presse en ligne. C'est ainsi qu'aujourd'hui, et ce depuis une dizaine d'années, j'en suis devenu un lecteur assidu. Tous les jours, « religieusement », je visite les pages du quotidien espagnol *El País* et des journaux vénézuéliens *El Nacional* et *El Universal*. C'est un rituel mais également une manière de rester informé de l'actualité de mon pays, surtout à présent que je vis en France depuis septembre 2009. Parfois, je consulte les sites de la presse internationale : *Le Monde*, *The New York Times*, *The Guardian*, *The New Yorker*. Du fait de ma formation de journaliste, j'ai toujours été impressionné par l'effet que produisent les commentaires des internautes sur les informations publiées. Au début, il ne s'agissait que d'avis du type « je suis d'accord » ou « je ne suis pas d'accord ». Puis les utilisateurs de presse en ligne ont joué un rôle de plus en plus important au fil du temps dans le concert de l'information. Après avoir atteint leur apogée médiatique, beaucoup de journaux ont aujourd'hui conscience de l'arrivée d'une nouvelle ère. Je préfère ne pas parler de fin de la presse écrite, cette affirmation étant elle aussi presque devenue un lieu commun, mais d'une révolution, d'une explosion sociale et culturelle, conséquence d'une nouvelle ère technologique.

C'était déjà là approximativement le sujet d'un mémoire que j'avais rédigé avant de terminer ma *licenciatura* de journalisme au Venezuela. Celui-ci avait pour titre *Analyse des relations communicationnelles des journaux en ligne avec leurs utilisateurs* (López Díaz, 2000). Je me suis rendu compte, à Paris dix ans plus tard, que mon intérêt pour ce sujet était toujours vif lorsque j'ai décidé de faire mon doctorat. Bien qu'au début j'ai été intéressé par le sujet de la production discursive journalistique d'après un modèle grammatical d'ordre linguistico-communicationnel¹, lorsque l'on m'a demandé de reformuler le sujet dans le contexte des sciences de l'information et de la communication, je suis revenu instinctivement, presque sans réfléchir, à la question de la presse dans le contexte de la technologie numérique et aux relations qu'elle établit avec ses lecteurs, considérés aujourd'hui comme des utilisateurs, acteurs très « actifs », décisifs et plus influents que jamais dans la mise en forme du discours informatif. Je précise que j'ai pu constater beaucoup de changements au cours de ces dix dernières années pendant lesquelles je suis devenu un fidèle lecteur de la presse en ligne. J'en reparlerai plus tard dans le cadre de ce travail.

Cette thèse est donc l'aboutissement d'une volonté personnelle d'appréhender le journalisme d'une autre manière, à travers la rigueur et la méthode que présente la recherche scientifique. J'expose ici le résultat de mes travaux. J'en assume la responsabilité. Bien que le jury et les lecteurs puissent certainement y déceler quelques erreurs, les pages suivantes résument une série d'observations et de questionnements relatifs au sujet tant débattu de la démocratisation authentique et sans doute possible des mass media.

¹ Au fond, une autre de mes grandes préoccupations consiste à rechercher les possibilités discursives dont peuvent disposer les journalistes pour que leur discours soit plus efficace et plus adéquat d'un point de vue linguistique. Ceci m'a conduit pendant plusieurs années à étudier, entres autres auteurs et courants, la sémantique textuelle de Bernard Pottier, influence que j'ai laissée de côté devant l'évidence offerte par la sémiolinguistique du discours, sur laquelle s'appuie cette thèse. Il semble qu'une certaine naïveté innée de toute linguistique (Charaudeau, 1995) pousse les analystes du discours à se servir des ressources transdisciplinaires qui permettent d'expliquer les phénomènes de la langue dans des situations allant au-delà du texte. Ce fut mon cas.

Introduction

Cadre d'hypothèses et plan de l'ouvrage

Ce travail vise à présenter les caractéristiques sémio-discursives de la presse en ligne. Bien que ce concept ait été élargi et soit sujet à diverses interprétations conceptuelles et taxinomiques, il convient de préciser qu'en parlant de presse en ligne nous faisons exclusivement référence aux versions en ligne des médias imprimés. En présentant donc les conditionnements situationnels et discursifs de la presse sur internet, et en nous servant de l'analyse du discours en interaction dans le contexte du contrat de la communication médiatique, nous pensons qu'il est possible d'introduire les éléments pour une théorie de la coproduction journalistique.

Ainsi, notre thèse se fonde sur la base d'un objet très précis, dans notre cas, le discours en interaction dans la presse en ligne. Pour cela, nous analyserons la mise en forme du discours (textes) produit dans le contexte d'un média qui promeut les échanges entre les lecteurs. Alors que nous ne parlons désormais plus de médias de masse mais de « masse de médias » (Ramonet, 2011), les journaux classiques cherchent, avec leur version en ligne, à augmenter leur nombre de lecteurs en leur permettant de « participer », principalement à travers les commentaires qu'ils peuvent publier et partager. Les commentaires des utilisateurs de journaux en ligne seront donc le sujet principal de notre étude. Nous en ferons l'examen

essentiellement depuis la perspective offerte par le concept de contrat de communication proposée par Patrick Charaudeau (2003), directeur du Centre d'Analyse du Discours de l'Université Paris XIII entre 1980 et 2009.

Dans ce contrat, il est question de deux instances : la première, émettrice ou médiatique, se charge de transformer l'événement brut en un événement interprété ; la seconde, réceptrice, va interpréter elle aussi cet événement. Entre ces deux instances s'établit un contrat, une sorte d'accord qui, selon l'étude des normes psycho-sociales et discursives, peut être analysé à partir d'une perspective linguistique. Nous ferons une étude approfondie de ce contrat, toujours depuis un point de vue linguistique ou plutôt sémiolinguistique, pour étendre ensuite nos recherches à d'autres aspects présents dans le discours de la presse en ligne, par exemple celui du *consentement*. La presse en ligne *consent* à octroyer de nouveaux espaces de participation plus vastes à ses lecteurs. On peut lire entre les lignes : « Venez, approchez-vous et publiez vos avis. Soyez, vous aussi, un journaliste comme nous ». On pourrait dire que le lecteur *joue le jeu*. Cependant ses avis vont être filtrés par un modérateur, qui fait partie intégrante du média. La libre expression demeure, de ce point de vue, l'apanage exclusif du journal, l'espace de commentaires n'étant en réalité là que pour lui permettre d'augmenter son lectorat. Nous décrirons ces situations dans notre thèse afin d'apporter un éclairage supplémentaire à l'étude des médias depuis la perspective du contrat de communication en tant qu'outil théorico-méthodologique de l'analyse du discours. Il s'agit là de notre objectif premier. Les transformations sociales, la remise en question des journaux dans la sphère numérique, la fulgurante et implacable course en avant d'internet et des nouvelles technologies de l'information et de la communication nous obligent à réutiliser les modèles d'analyse utilisés jusqu'à maintenant. En ce sens, et à titre d'hypothèse, nous avançons l'idée que le contrat de communication reste opérant et que ses postulats restent

nécessaires pour comprendre le phénomène de la communication médiatique et du discours de la presse en ligne.

La problématique de notre étude s'interroge donc sur la possibilité de trouver un véritable journalisme de coproduction ou, plutôt, d'une forme de consentement à prendre la parole que le média accorde aux lecteurs dans un enjeu de tension entre crédibilité et captation qui fait de l'instance médiatique un produit commercial autant qu'intellectuel. Nous tenterons ensuite de déterminer quels pourraient être les apports du journalisme web ou multimédia pour une véritable démocratisation de l'information. Si nous partons de l'hypothèse que les journaux en ligne n'offrent des espaces de commentaires que pour gagner davantage de lecteurs, que se passerait-il si ces journaux mettaient à disposition de ces derniers les outils leur permettant de participer véritablement à l'interprétation des événements, si la multiplicité des commentaires pouvait se transformer en un nouveau genre journalistique, en une forme d'information authentique et véritable faite « par et pour les citoyens » ? Selon Ramonet (2011), le retour à un journalisme de qualité, aux histoires bien racontées, à l'essence du récit détaillé pourrait sauver le métier de journaliste. Nous soutenons cette idée et en avançons une autre : un nouveau journalisme, fait par les lecteurs et les journalistes, « à quatre mains », peut coexister avec sa forme plus classique. Et ce aussi bien dans l'internet actuel que dans celui de demain, puisque le web poursuivra sa course vers une plus grande perfection technologique.

Ceci dit, notre travail essayera de mettre à l'épreuve de notre corpus les deux hypothèses suivantes :

1) À partir d'une perspective actualisée, une analyse sémiolinguistique de la presse en ligne peut redéfinir le contrat de la communication médiatique défini par Charaudeau (2003).

Pour cela, nous identifierons les caractéristiques des *comportements sémiotiques* (c'est-à-dire, le « comment on dit les choses ») en fonction des *conditions psycho-sociales* qui les déterminent selon les types de situations d'échange, ce que Charaudeau (auteur auquel nous empruntons ces notions) nomme *le contrat*. Nous allons donc tenter d'expliquer en quoi consiste chacun de ces concepts à partir des objectifs définis. Nous chercherons ensuite à connaître la *relation de réciprocité* qui s'établit dans le contrat, notion qui consiste à déterminer le lien entre les divers comportements sémiotiques possibles et les conditions nécessaires pour sa réalisation. Cette affirmation nous conduit à rappeler que tout contrat de communication se définit par un *type de situation*, ce qui nous permet de comprendre quelles sont les constantes et les différences qui autorisent une classification des textes. Pour finir, nous tenterons de construire une *typologie des conditions de réalisation des textes*, c'est-à-dire des contrats de communication, étant donné qu'il existe des contrats généraux qui se combinent entre eux et qui peuvent donner lieu à des variantes. En l'espèce, nous nous intéresserons aux différences de réalisation d'un contrat dans des contextes socio-culturels différents, bien que, étant donné nos ressources d'observations et d'analyse, cette dernière question ne sera pas développée dans notre travail. Nos observations, bien que limitées, nous permettront d'ébaucher au moins une définition du contrat journalistique à partir de deux types de contrastes : un contraste *interne*, où le corpus a été construit à partir d'un élément commun (les journaux électroniques), mais diversifié de par ses « marques » ou titres (*Le Monde*, *Der Spiegel*...) ; et un contraste *externe*, défini par une variable spatiale (c'est-à-dire, présenter les caractéristiques du contrat en France, en Allemagne, en Espagne et aux États-Unis).

En travaillant sur cette première hypothèse, qui suit, comme nous le voyons, les lignes essentielles de l'analyse sémiolinguistique du discours (Charaudeau, 1995), nous examinerons

deux variables essentielles : la caractérisation et la réciprocité dans le contrat de communication d'un côté, et la typologie des conditions de réalisation des textes de l'autre. Dans cette partie, la définition de la communication médiatisée par ordinateur (CMO) sera examinée en tant que dispositif et conditionnement situationnel du problème.

2) L'analyse sémiolinguistique de la presse en ligne peut nous conduire à l'introduction des éléments théoriques d'une coproduction journalistique, processus que nous définissons comme l'interaction discursive des textes produits par les instances médiatiques et réceptrices dans le contrat qui surgit dans le cadre numérique de la communication. À cette fin, nous souhaitons participer, par notre étude, au débat sur le journalisme participatif. La notion des modes d'organisation discursive peut s'appliquer à la restructuration des genres journalistiques adaptés aux diverses formes dont disposent actuellement les internautes pour rééquilibrer et rendre plus efficace le vaste univers discursif de la presse en ligne.

1. Plan de travail

S'agissant de l'organisation de notre travail, la première partie consistera à introduire les concepts de notre cadre d'analyse.

Dans le premier chapitre, nous présenterons l'histoire du journalisme en ligne selon un parcours logique, allant de l'histoire du journalisme en général à celle de la presse en ligne en particulier.

Nous chercherons à connaître, dans le deuxième chapitre, l'actualité des recherches sur la question à travers une multiplicité d'apports scientifiques, réalisés principalement aux

États-Unis et en Europe (principalement en Espagne et en France), sans oublier de précieuses contributions réalisées en Amérique latine (au Mexique et au Venezuela en l'occurrence). L'analyse des différents domaines de recherche et études précités, qui vont de la socio-économie des médias au débat permanent sur le rôle du journaliste dans un monde hyper-connecté, nous conduira à traiter de l'approche discursive et par extension sémiolinguistique, sur laquelle nous entendons fonder notre travail.

Dans le troisième chapitre, après avoir examiné le vaste champ des théories de la communication et du langage, traversées par deux grandes approches, le positivisme et la critique, nous reviendrons sur le concept de discours journalistique dans le contexte du contrat de la communication médiatique, option théorique que nous avons choisi de mettre en application dans notre étude.

Dans les chapitres quatre et cinq, nous présenterons brièvement le cadre théorico-méthodologique de notre travail, qui s'appuie sur les concepts de l'analyse du discours en interaction et de la communication médiatique, ainsi que sur le processus de production et d'interprétation du message journalistique.

Dans la deuxième partie, consacrée aux analyses et aux résultats de notre travail, nous présenterons dans le chapitre six les caractéristiques du corpus choisi puis nous l'analyserons. Notre corpus est constitué de matériaux publiés (« mis en ligne ») dans les versions numériques de quatre journaux et magazine papier considérés comme des médias de référence : *El País*, édité à Madrid; *Le Monde*, édité à Paris; *The New York Times*, édité à New York, et *Der Spiegel*, édité à Hambourg. Cette sélection nous permettra de faire l'analyse d'un moment discursif bien précis : les élections présidentielles vénézuéliennes du 8

octobre 2012, qui ont abouti à la cinquième victoire électorale d'Hugo Chavez (1954-2013). Nous utiliserons, en outre, divers exemples extraits issus de la presse en ligne française.

Nous présenterons dans les chapitres six et sept les résultats de nos observations et nous décrirons également les caractéristiques de la notion de coproduction journalistique qui, comme nous l'avons dit, représente notre principal apport aux études actuelles sur la presse en ligne.

Chapitre 1

La presse en ligne et le journalisme électronique

Nous devons à Rebillard (2006) une classification générale des différents espaces offrant de l'information journalistique sur internet. Pour réaliser cette typologie, deux aspects ont été pris en compte par cet auteur : celui de la « modalité de publication », divisée en quatre catégories (modèle éditorial, publication *authoritative*, publication distribuée, niveau méta-éditorial), et celui des « genres constitués socio-historiquement » (« information d'opinion, information générale, information spécialisée »). Ces deux aspects ont été analysés en rapport avec leur traitement de l'actualité qui constitue, selon Rebillard, le critère caractéristique fondamental de l'information journalistique.

Selon lui, il existe sept différents lieux de diffusion multiple :

« *La version électronique de médias existants (la presse en ligne)* » (Rebillard, 2006).

Il s'agit des journaux en ligne, ainsi que de sites de chaînes de radio et de télévision. C'est la vitrine internet des médias traditionnels. Du fait de sa capacité intrinsèque à convoquer le plus grand nombre possible d'utilisateurs, ce lieu de diffusion multiple fera l'objet de notre thèse.

« *La version électronique des agences de presse (agences de presse en ligne)* » (Rebillard, 2006). Comme dans le cas précédent, il s'agit de la vitrine utilisée par les agences de presse pour présenter leur contenu sur internet. Le degré d'interaction offert aux lecteurs est pratiquement inexistant.

« *Les publications exclusivement internet (les webzines)* » (Rebillard, 2006). Il s'agit des publications d'information journalistique dont la diffusion s'opère exclusivement sur internet. Rebillard (2006) rappelle que ces lieux de diffusion « ont un temps été considérés comme l'expression d'une refondation de l'information journalistique ». Avec le temps, selon lui, l'euphorie est quelque peu retombée. L'auteur distingue d'un côté les *web-fanzines*, consacrés à l'information d'opinion et adoptant l'auto-publication, dont le modèle fondé sur le bénévolat a fini par s'essouffler, et, de l'autre, les *web-magazines*, semblables à leurs homologues de la presse en ligne de par leur modèle économique fondé sur la « niche » éditoriale ou leur dépendance financière vis à vis de grandes entreprises ou d'institutions.

« *Les publications individuelles exclusivement internet (les blogs)* » (Rebillard, 2006). Après avoir connu une forte expansion qui peut s'expliquer par le mythe de l'opportunité offerte à tous de produire de l'information, les blogs connaissent aujourd'hui moins « d'engouement ». Ils constituent, en tout cas, l'une des plus grandes réussites dans le domaine de l'auto-publication et forment aujourd'hui un espace que les journaux en ligne ont intégré à leur offre d'information.

Les « composantes informationnelles de plateformes multiservices (les portails) » (Rebillard, 2006). Les grands portails, qui offrent un large « éventail de services (messagerie instantanée, annuaires de recherche, téléchargements de logiciels et archives) », diffusent des

« informations d'actualité ». Ces composantes favorisent l'interaction entre les participants afin de capter le plus grand nombre possible de lecteurs-utilisateurs.

Les « regroupements automatisés d'informations d'actualités (agrégateurs) » (Rebillard, 2006). Ces agrégateurs présentent des données indexées « à partir des moteurs de recherche ». Ils visent aussi bien le « grand public » qu'un public plus spécialisé.

Les « services documentaires d'archives journalistiques (base d'archives) » (Rebillard, 2006). Il s'agit de bases de données extraites des sites de presse et représentant d'importantes sources documentaires.

Après cette présentation des divers lieux de diffusion multiple, nous pouvons nous concentrer sur le premier d'entre eux. Nous présentons ci-dessous ses caractéristiques, son histoire ainsi que les recherches les plus importantes qui lui ont été consacrées à ce jour.

1. Brève histoire du journalisme

Si l'on pouvait dire que l'objectif fondamental des médias de masse consiste à distraire le public, il est logique de penser que c'est à travers le journalisme que la tâche élémentaire d'« informer » a trouvé son meilleur instrument. Pour Smith (1983 : 3-23), l'activité humaine consistant à « informer » est beaucoup plus ancienne que les débuts de la presse au XIX^e siècle. De la pierre gravée jusqu'au papyrus et du papyrus à l'écriture que nous connaissons, il a existé différentes formes de communication entre les hommes. Des scribes à l'imprimerie, la culture occidentale a toujours essayé de recueillir le savoir.

Ainsi, pour donner quelques exemples et en acceptant une version de l’histoire de la presse écrite par Wikipédia², nous pouvons rappeler

« qu’en l’an 59 av. J.-C., la République romaine faisait circuler une publication quotidienne recensant les événements du jour, appelée *Acta Diurna* (« Faits du jour »), et qu’en l’an 713 ap. J.-C. le régime impérial chinois faisait publier les *Kaiyuan Za Bao* (« Recueil de nouvelles »). Cependant, ces ancêtres de la presse écrite n’ont jamais rencontré le succès ni la diffusion que d’autres publications ont connus par la suite grâce à l’invention de Gutenberg. La presse écrite en tant que telle est apparue sous la forme de feuilles volantes à la fin du XV^e siècle (l’invention de la presse papier date des années 1450). Durant les siècles suivants, de nombreux journaux ont commencé à apparaître. Le journal le plus ancien, qui existe encore de nos jours, est le journal suédois *Post- och Inrikes Tidningar*, fondé en 1645. Il a cependant fallu attendre l’avènement de la société industrielle pour que les journaux se généralisent, puisque ce n’est qu’au milieu du XIX^e que ces derniers se développèrent fortement ».

Au début du XX^e siècle, le journalisme était déjà une industrie. Sous l’impulsion de personnages comme le magnat de la presse américain William Randolph Hearst, propriétaire d’un des groupes de journaux et de magazines les plus importants de tous les temps, la presse a connu un succès tel qu’elle a permis d’amasser des fortunes atteignant des millions. À cette époque, les journaux étaient encore fabriqués de façon très rudimentaire, à l’aide de Linotypes, encore assez semblables à la première imprimerie de Gutenberg. Les lecteurs se délectaient de ces nouvelles et manchettes et, très vite, la presse a fini par jouer un rôle social et culturel très important dans la société.

À cette époque, la diffusion de l’information se faisait à travers un média imprimé. Les possibilités d’interaction entre les lecteurs et, par exemple, les éditeurs de journaux, étaient

² Cf. http://es.wikipedia.org/wiki/Prensa_escrita

pratiquement inexistantes. On parlait de médias de communication de masse quand, en réalité, il ne s'agissait pas tant de communiquer que de *diffuser* des informations, de les porter à la connaissance du public (Lossada, 1997). Cependant, à chaque époque de changement social correspond un nouveau chapitre de l'histoire du journalisme.

Ainsi, Beccaria et Saint-Exupéry (2013 : 17), évoquant l'histoire du journalisme français, affirment qu'« à chaque grande époque de changement, la presse a su trouver un souffle nouveau ». Les auteurs poursuivent :

« En 1789, cinq cents journaux sont nés ; avec la révolution industrielle, les quotidiens grand public ont été lancés ; en 1848, les écrivains révolutionnaires ont fondé leurs journaux ; en 1881, avec la Troisième République, la liberté d'expression a été protégée ; l'expansion coloniale et l'impression en couleur ont donné naissance à *L'Illustration*, journal mondial ; la Première Guerre mondiale a fait émerger la figure du reporter et *Le Canard enchaîné* ; dans les années 1920, l'expansion américaine a fait naître *The New Yorker*, *Time* et *Life* ; les années trente ont vu l'émergence des magazines photo, de la presse façon Lazareff ; en 1945, Albert Camus voulait 'redonner au pays sa voix profonde' et *Le Monde* a vu le jour ; la guerre d'Algérie a donné ses lettres de noblesse à *L'Express* et fait naître *Le Nouvel Observateur* ; l'émancipation de la femme a porté *Elle* ; *Libération* est né de l'esprit de Mai 68 et la presse pour enfant de la pédagogie moderne ; la guerre du Vietnam a permis aux journalistes américains d'écrire les pages les plus fortes de leur histoire. Les journaux naissent, grandissent et meurent, c'est le cycle du vivant » (Beccaria et Saint-Exupéry, 2013: 17-18).

Dès lors, la presse et le journalisme sont le produit des soubresauts de l'histoire. Ils naissent et se développent en fonction du contexte social. Le journalisme dit « numérique » ne pouvait échapper à cette réalité. Une brève histoire de son apparition et de son développement, d'abord aux États-Unis puis en Europe, nous permettra d'appréhender notre objet d'étude selon une perspective chronologique.

2. Histoire de la presse en ligne

Avant que les ordinateurs n'investissent les foyers et que le phénomène de la connexion aux réseaux télématiques ne prenne pleinement son essor, il existait déjà d'autres services d'information à diffusion électronique. Il s'agissait de services ayant été mis en circulation dans les années 1970 et 1980, dont certains étaient encore en fonctionnement il y a seulement treize ans, et qui possédaient déjà certaines caractéristiques des journaux numériques interactifs actuels (Armañanzas *et al*, 1996: 56).

Ainsi, on considère que le vidéotex et le télétexte sont les principaux précurseurs des produits d'information interactifs actuels issus de la technologie multimédia.

Le télétexte est un service d'information se présentant sous la forme d'un texte émis à travers le signal de télévision. Pour bénéficier de ce service, il faut disposer d'un appareil de télévision adéquat. Depuis 1990, ce système est incorporé à la plupart des téléviseurs mis sur le marché. Ce dispositif est tout particulièrement considéré comme l'ancêtre des actuels produits multimédias (Smith, 1980 : 245). Il consiste essentiellement en un ensemble (plus ou moins grand) de pages, sur lesquelles on peut choisir de se rendre grâce à la télécommande de la télévision. Il faut saisir le numéro de la page (en trois chiffres), qui s'affiche sur l'écran après une brève attente. Cette technologie ne peut transmettre que des informations sous forme de texte et de graphique. Par conséquent, on peut dire que le télétexte est une sorte de vidéotex conçu pour la télévision.

Il faut cependant noter qu'entre les deux systèmes existent quelques différences : le vidéotex nécessite un décodeur pour la réception de son signal alors que le télétexte ne nécessite que l'usage de la télévision. Le vidéotex, dans sa version plus moderne (viewdata), est interactif et permet de poser des questions grâce à un clavier et d'obtenir des réponses. Le télétexte est entièrement unidirectionnel et ne permet pas de modifier des contenus, mais il permet de choisir quelle information on souhaite consulter (Smith, 1980 : 246-247 ; Armañanzas *et al*, 1996: 78-79).

La British Post Office fut la première à mettre en place ces systèmes. La BBC fut quant à elle la première chaîne de télévision à incorporer, en 1972, le télétexte à ses services. Plus tard, d'autres pays comme l'Autriche, l'Allemagne et les Pays-Bas se mirent eux-aussi à utiliser ce procédé original. En Espagne, la chaîne TVE lança la diffusion ininterrompue du télétexte le 16 mai 1988, même si les premiers essais furent pratiqués dès la Coupe du monde de football de 1982. L'objectif principal de ce système, outre le fait d'informer, était d'offrir un nouveau service aux personnes malentendantes. C'est ainsi que les télévisions ont commencé à réaliser des sous-titres pour leurs principales émissions.

On peut également trouver des « liens », des raccourcis ou des accès rapides vers d'autres pages sur la dernière ligne de l'écran. Ils peuvent être activés grâce aux touches de couleur de la télécommande. En Espagne, outre les requêtes effectuées, le spectateur pouvait recevoir les dernières nouvelles, des résultats sportifs et même les derniers résultats du Loto. Le télétexte offrant en définitive des services similaires à ceux de n'importe quel journal, certains considèrent qu'il a pu subtiliser des lecteurs à la presse papier (Armañanzas *et al*, 1996: 78).

Le viewdata (terme employé au Royaume-Uni) est un vidéotex interactif fonctionnant à travers l'installation téléphonique et que l'on peut recevoir sur l'écran de son ordinateur ou de sa télévision. Ces derniers doivent être raccordés au réseau téléphonique terrestre et doivent être équipés d'un décodeur spécifique (Armañanzas *et al*, 1996: 78).

Le vidéotex et le viewdata ont une origine similaire, mais leur approche est différente. Alors que le premier est un système à sens unique, le second offre une plus grande interactivité au lecteur, puisqu'il lui permet de choisir certaines options, qui restent néanmoins « fermées ». Au début d'une session apparaît un menu similaire à celui de la première page d'un journal, mais sans images. Il faut utiliser le clavier numérique de la télécommande à distance pour sélectionner la rubrique sur laquelle on souhaite se rendre, comme lorsqu'on lit n'importe quel journal. Une fois sur cette page, un autre menu apparaît présentant différentes options possibles (Armañanzas *et al*, 1996: 79).

Le système du télétexte présente les mêmes caractéristiques que la télévision, la seule interaction possible de la part du spectateur consistant à choisir des pages ou des chaînes, ou à se déconnecter du service. Le spectateur, une fois son choix effectué, obtient exactement la même information que son voisin (Smith, 1980). Il s'agit en d'autres termes d'un média unilatéral (Armañanzas *et al*, 1996: 78).

Dans ces systèmes, l'interactivité, bien que limitée, représente une caractéristique très importante. L'utilisateur a accès à un menu lui permettant de formuler des requêtes et d'obtenir des réponses. Cependant, l'intégration du vidéotex dans l'offre des journaux a montré le rôle complémentaire que pouvait jouer la presse électronique à côté de la presse papier. Avec l'ouverture de cette dernière à de nouveaux services, une nouvelle rhétorique de

la communication électronique s'est développée dans les années 1990, selon laquelle ce nouveau média ne pouvait consister en une simple reproduction de la presse papier.

Suivant la même logique apparaît l'audiotex, autre système de diffusion électronique d'informations, utilisant les communications téléphoniques pour transmettre des informations mais aussi d'autres services que l'on trouve habituellement dans la presse papier. On estime qu'en 1993, environ 120 quotidiens américains proposaient un service audiotex. Il s'agissait d'un système d'informations stockées sur ordinateur grâce auquel les journaux pouvaient proposer des services téléphoniques à leurs lecteurs. Ces derniers pouvaient ainsi téléphoner pour connaître des informations pratiques comme les prix ou horaires de cinéma et de restaurants, entre autres possibilités ((Armañanzas *et al*, 1996: 82).

Il s'agissait donc de services interactifs destinés au lectorat habituel du journal en question. L'un des principaux avantages de l'audiotex était son infrastructure simple et bon marché. Il n'y avait nul besoin en effet de disposer d'un ordinateur puissant, ce qui favorisait ces entreprises qui étaient en train de pénétrer le marché de l'information et de la communication ((Armañanzas *et al*, 1996: 83).

C'est à cette époque également qu'apparut le journal diffusé par fax, qui consistait en une version résumée, et dans certains cas personnalisée en fonction de la demande du client, d'un journal papier. Il est apparu à la fin des années 1980 pour pallier aux difficultés de distribution que pouvaient rencontrer les journaux. Les télécommunications sont venues résoudre ce problème, étant donné que, comme on sait, la ligne téléphonique permet de transmettre non seulement des sons mais également des images. Le journal diffusé par fax n'est ni un média imprimé ni un journal numérique, mais une sorte de produit hybride se

situant à mi-chemin entre les deux. S'il est diffusé de manière électronique, il demeure en fin de compte un journal imprimé sur papier (Armañanzas *et al*, 1996: 84-85).

Recevoir son journal par fax était utile pour les lecteurs qui, résidant ou se trouvant dans des lieux isolés, avaient besoin d'accéder aux informations. Cependant, comme le signalent Armañanzas *et al* (1996: 87), « ce problème est lui aussi résolu, de façon plus satisfaisante encore, par les journaux en ligne actuels ». L'histoire de cette « nouvelle » presse ne peut se comprendre qu'avec l'arrivée d'internet.

2.1. L'apparition des réseaux télématiques

Joyanes (1997 : 78-79) rappelle qu'en 1969, « alors que le monde était encore sous le choc de Mai 68 et que le mouvement hippie se développait sur la côte Ouest des États-Unis, un groupe d'étudiants et de professeurs de l'université de Los Angeles », considérés aujourd'hui par certains comme les tout premiers hackers (Breton et Proulx, 2002), « envoyaient des messages par ordinateur à une autre université californienne, celle de Stanford ». « C'est ainsi qu'est né Arpanet, le premier réseau véritablement pratique et efficace de l'histoire. Arpanet était un projet du Pentagone américain, qui souhaitait protéger ses données informatiques face à d'éventuelles attaques. Dix ans plus tard, après l'adoption du protocole TCP/IP, naissait internet » (aujourd'hui nous écrivons ce terme en minuscule, à l'instar des termes que nous utilisons pour d'autres médias : cinéma, radio, télévision).

Bien évidemment, différentes définitions ont été données d'internet depuis sa création. Adoptant un point de vue strictement technique, Breton et Proulx (2002: 294) affirment :

« Internet constitue un dispositif sociotechnique combinant principalement: un ensemble de *protocoles de communication* ; des *routeurs* assurant les transferts des signaux entre les réseaux ; l'utilisation de

structures de *réseaux techniques* assurant une télécommunication distribuée (communication *par paquets*) ; des multiples *points d'accès* au mégaréseau (ces points d'accès étaient à l'origine surtout des micro-ordinateurs mais, de plus en plus, il sera possible d'avoir accès à Internet à l'aide de supports multiples tels que le combiné téléphonique, le téléviseur muni d'un modem, une console de jeu vidéo, une télécommande ».

« Internet se présente donc comme une mégastucture intégrant simultanément un nouveau système de communication (échanges point à point) et un nouveau système de diffusion médiatique (où chaque point de réception peut devenir un point de diffusion) » (Breton et Proulx, 2002 : 295).

La presse en ligne, en tant que phénomène social et médiatique, relève donc de l'histoire d'internet, nouveau média de communication de masse. Ce dernier est d'abord le symbole des nouvelles technologies de l'information nées dans les dernières années du siècle passé. Il est ensuite devenu, grâce à l'émergence du « web 2.0 », un nouveau lieu d'expression publique. Internet, qui n'était au départ qu'un outil au service de l'armée américaine, est devenu le média de communication connaissant la plus forte croissance. S'il a fallu 38 ans à la radio pour obtenir avoir 50 millions d'auditeurs dans le monde et 13 ans à la télévision pour obtenir la même quantité de téléspectateurs, il n'a fallu que quatre ans pour voir émerger 50 millions d'internautes (Abuín Vences, 2007 : 87)³. En 2008, on en comptait plus d'un milliard.

Ainsi, « internet est né de la rencontre improbable entre deux cultures » (Breton et Proulx, 2006 : 289).

³ Abuín Vences cite Cerezo J. et Zafra J. [2003]. El impacto de internet en la prensa. *Cuadernos Sociedad de la Información* N° 3, Fundación Auna.

« D'un côté, la culture de l'innovation technique portée par l'establishment scientifique et militaire américain, et de l'autre, la « culture de la liberté » partagée sur les campus des universités américaines par de jeunes hackers en informatique imprégnés des valeurs d'autonomie individuelle, de partage et des coopération qui avaient fleuri pendant la décennie 1960, en particulier sur la côte Ouest, sans toutefois que ces hackers soient eux-mêmes nécessairement des acteurs directs de ces mouvements de contestation et de contre-cultures » (Breton et Proulx, 2006 : 289).

C'est dans ce contexte de bouleversements sociaux que la presse en ligne apparut sur la scène médiatique. La presse en ligne est le résultat de la confluence entre trois médias de masses : de la presse, elle prend sa « profondeur » ; de la radio, sa « simultanéité » ; de la télévision, ses « images ». Elle représente aussi la troisième crise vécue par la presse écrite, suite à l'apparition de la radio dans les années 30, et de la télévision dans la décennie 1950 (Abuín Vences, 2007: 97).

Une étude menée en 2003 montrait qu'en Europe la consultation des sites d'informations en ligne se classait en troisième position après les moteurs de recherche (tels que Google) et les sites d'achats en ligne (Abuín Vences, 2007). Cela peut expliquer la rapide prolifération des sites de presse en ligne de cette date jusqu'à aujourd'hui. Mais cela aussi a aussi supposé le début d'un nouveau chapitre dans l'histoire générale de la presse écrite.

Comme on peut le constater, l'avènement d'internet a provoqué un fort impact sur le monde du journalisme et a créé de nouveaux modes d'accès à l'information et de lecture chez les utilisateurs. Depuis l'apparition des premières nouvelles en ligne, les éditeurs ont continué à chercher des solutions leur permettant de conserver leurs lecteurs et annonceurs de la presse papier, tout en cherchant à en attirer de nouveaux vers leurs éditions en ligne, tentant de

combiner la rentabilité des journaux traditionnels avec les nouvelles formules journalistiques propres à la culture numérique.

Bien sûr, cela n'empêche pas qu'aujourd'hui on entende encore des réactions catastrophistes comme celle rapportée ici : « La presse en ligne, toujours connectée, est naturellement vue avec frayeur, telle une perturbation quasi cosmique qui semble ne pouvoir apporter que la disparition des médias traditionnels » (Fogel et Patino, 2005: 217). Cependant, la presse en ligne a vécu plusieurs moments clés de l'histoire de l'internet. Voici quelques dates importantes de cette dernière (Fogel et Patino, 2005) : « [...] fin 1989 (création du World Wide Web) ; 1994 (naissance d'Amazon et de son algorithme) ; 1998 (naissance de Google) ; 1999 (naissance de Tivo) ; 2002 (lancement de Google News) ; 2003 (rachat par Google de Blogger) ». Mais c'est l'année 2004 qui va voir l'arrivée de la dite web 2.0 ou web collaboratif.

De nos jours, la presse en ligne est beaucoup plus solide et mieux ancrée qu'il y a vingt ans. Nous présentons ci-dessous l'histoire des journaux numériques dans le monde, tout particulièrement aux États-Unis et en Europe.

2.2. Presse et internet aux États-Unis

La presse en ligne est principalement née du besoin, pour la presse traditionnelle, de trouver de nouveaux lecteurs et d'élargir son audience. Le public étant toujours plus attiré par la télévision, la perte de lecteurs pendant les années 1980 a poussé les grands groupes de presse à rechercher de nouvelles manières d'augmenter leurs revenus et d'assurer leur survie. Comme nous l'avons vu, c'est pendant ces années-là qu'ils ont eu recours successivement aux technologies du vidéotex, de l'audiotex et du fax. En raison de leur coût élevé, d'autres

dispositifs technologiques, capables de recevoir l'information envoyée par les journaux sous forme électronique, ont connu un échec commercial retentissant. Ils préfiguraient néanmoins l'actuelle configuration des tablettes et Smartphones, supports contemporains de la presse en ligne.

Les chercheurs font remonter à l'année 1993 l'apparition des premiers journaux numériques multimédias aux États-Unis (Díaz Noci et Meso, 1998)⁴. Dans les années 1980, les entreprises Gannett et Knight Ridder furent les précurseurs de la presse en ligne actuelle. La première d'entre elles, société éditrice de *USA Today*, « a lancé un produit moins sophistiqué, *USA Today Decisionline*, qui proposait, exclusivement sous forme de texte, des résumés d'actualités en dix-huit rubriques renouvelées quotidiennement, ainsi que la base de données Lifestyle Report » (Díaz Noci et Meso, 1998). La seconde entreprise, qui a fusionné en 2006 avec le groupe de presse The McClatchy Company, a financé différents projets afin de développer le journalisme en ligne : un service de vidéotex, fermé en 1986 après une perte de 50 millions de dollars, ainsi que les recherches de Roger Fidler sur la tablette numérique, également appelée *flat panel*.

Au même moment, le marché américain des navigateurs (logiciels permettant d'interpréter les données trouvées dans les archives du net et les sites web pour qu'ils puissent être lus et auxquels l'on accède grâce à des liens) connaissait une forte croissance grâce à des entreprises comme Mosaic ou Netscape.

⁴ Les dates importantes de l'histoire du journalisme en ligne aux États-Unis, en Espagne et plus généralement en Europe, ici présentées, sont tirées des travaux de Díaz Noci et Meso (1998), professeurs à l'université du Pays Basque et chercheurs reconnus dans le domaine de la presse en ligne. Nous nous appuyons sur leurs travaux pour présenter l'histoire de la presse en ligne et nous leur empruntons également plusieurs de leurs références bibliographiques.

Les coûteux projets semblables à ceux du vidéotex ont échoué car, selon Aumente⁵, cité par Díaz Noci et Meso (1998), les entreprises sont passées à côté du phénomène d'équipement des foyers en micro-ordinateurs dans les années 80 et « ont parié sur un terminal vendu 900 dollars dont la seule utilité consistait à accéder à leurs services de vidéotex » (Díaz Noci et Meso, 1998).

En 1993, 465 quotidiens américains avaient mis en place un système audiotex. Cependant, un an auparavant, en 1992, la version complète de *The Chicago Tribune* était mise en ligne à travers la société de services internet America OnLine. À cette époque, les groupes de presse ont acquis la conviction qu'il fallait vendre des journaux numériques conçus de manière plus attrayante, ayant pour fil rouge l'interactivité.

Suite au succès de *The Chicago Tribune*, l'entreprise Knight Ridder a lancé le portail numérique *San José Mercury Center* qui comportait certains aspects novateurs comparé au quotidien en version papier, le *San José Mercury News*. L'*Evening Standard* londonien, quant à lui, a mis au point un ordinateur exclusivement conçu pour recevoir le journal en version numérique. Connu sous le nom de Newsbox, il pouvait recevoir trois éditions de 64 pages et stocker des textes et des photos.

Nombre d'entreprises étaient persuadées que, parallèlement au développement d'internet en tant que média d'information en ligne, il serait possible « dans un avenir plus ou moins proche, bien qu'indéterminé, d'obtenir des écrans plus plats et même flexibles, et dont le contraste et la qualité d'image soient similaires à celle du papier, considéré à ce jour comme le support le plus adéquat pour la lecture. Quoi qu'il en soit, dans les années qui ont

⁵ Cf. Jerome Aumente, The new wave of computer information service, in *Washington Journalism Review*, University of Maryland, 1988, p. 42-45 (cité par Díaz Noci et Meso, 1998).

suivi, les services de diffusion électronique de l'information ont été conçus pour des ordinateurs de bureau classique» (Díaz Noci et Meso, 1998). Cependant, bien que ces innovations préfigurent la mode actuelle des tablettes numériques, aucun de ces services n'a pu être commercialisé à cette époque.

Outre les journaux papier, les chaînes de télévision se sont elles aussi lancées à la conquête du cyberspace. CNN ou ABC ont commencé à diffuser des informations actualisées tous les jours sur internet ou sur des hébergeurs comme *America OnLine*. « En 1994, des dizaines de journaux américains et européens possédaient une version en ligne. On estime qu'en deux ans seulement les journaux numériques avaient été multipliés par dix aux États-Unis. Des titres prestigieux comme *The New York Times*, *The Washington Post*, *Los Angeles Times*, *Newsday*, *USA Today*, *The Kansas City Star*, *The Chronicle* et *The Examiner* étaient en ligne, soit sur internet, soit sur America OnLine, CompuServe, Prodigy, Interchange ou Delphi, soit sur des réseaux qui leur étaient propres » (Díaz Noci et Meso, 1998).

Les années 1990 ont également vu se nouer des alliances non seulement entre groupes de presse mais aussi entre groupes de presse et développeurs de logiciels. En 1996, une chaîne de services gratuits d'information en ligne, financée par la publicité, proposait une information actualisée en continu sous forme de textes, images et sons. Ce service fut le résultat d'un ambitieux accord commercial passé entre Netscape Communication, l'agence de presse Reuters, la chaîne de télévision ABC, *The New York Times*, le *Boston Globe* et le consortium Times Mirror/Los Angeles Times. Assurément, la plus ambitieuse de ces alliances fut celle qui unit depuis 1996 Microsoft et la NBC et qui propose la revue en ligne *Msnbc*, l'une des entreprises de presse détenues par Bill Gates.

« Déjà à la fin des années 1990, on affirmait à juste titre que ces techniques n'en étaient qu'à leurs débuts. Si jusqu'alors on pouvait envoyer et recevoir du texte et des images, de plus en plus d'entreprises s'aventurèrent à proposer des vidéos et du son dans leurs services d'information, et ce tout en sachant que leur diffusion à travers les canaux existants restait problématique » (Díaz Noci et Meso, 1998).

Sur fond de stratégies commerciales et d'expérimentations en tous genres, la presse en ligne a commencé à acquérir une identité propre. L'arrivée du VRML (Virtual Reality Modeling Language) a permis à ces services d'acquérir une dimension réellement multimédia et d'intégrer tous types d'informations. « Le VRML est en effet un format de données normalisé qui permet de représenter des scènes ou objets en 3D, tout spécialement conçus pour le Web », selon une définition wikipédienne. « Les instructions sont en anglais et elles permettent d'ajouter et d'attribuer les caractéristiques désirées ». Cette avancée a notamment ouvert de nouvelles perspectives pour la publicité et les services commerciaux interactifs.

2.3. Le développement du journalisme en ligne en Europe

L'un des chapitres les plus emblématiques de l'histoire du journalisme en ligne en Europe concerne la guerre qui éclata dans les Balkans dans les années 1990. Lors de ce conflit, le quotidien bosniaque *Oslobodenje* est devenu la meilleure source d'information sur les événements liés au siège serbe de la ville de Sarajevo. Édité dans cette ville, ce journal a réussi à mettre en place une édition en ligne dans un contexte particulièrement difficile (Díaz Noci et Meso, 1998).

Quoi qu'il en soit, il semble que les débuts de la presse en ligne en Europe furent plutôt lents. On pensait toujours que cette dernière ne devait jouer qu'un rôle complémentaire à côté de la presse papier. Les contenus n'étaient pas toujours actualisés dans la journée. Díaz Noci et Meso (1998) rappellent ainsi que « dans les années 1990, à de rares exceptions près qu'il faut saluer, l'attitude générale consistait simplement à être présent sur le web pour être au goût du jour et expérimenter les possibilités de ce nouveau média, sans que cela soit trop coûteux. La publicité en ligne quant à elle n'était pas suffisamment exploitée».

Les auteurs citent cependant l'exemple d'un projet allemand datant de 1992, coordonné par huit instituts de l'agence nationale allemande pour la recherche en informatique et en sciences de l'information, dont l'objectif était de concevoir un journal numérique interactif et personnalisable.

L'exemple de l'IFRA, association réunissant différents acteurs du monde des médias imprimés de toute l'Europe, mais aussi du monde entier, mérite également d'être cité. En 1993, cette association a créé un organisme de recherche, l'Ines Media Concepts (Initiative for Newspaper Electronic Supplements), afin de concevoir et de développer des technologies multimédias pour les journaux. Il a ainsi permis aux entreprises membre de l'association de créer des services électroniques et de travailler avec l'industrie afin de mettre au point de nouvelles normes technologiques.

L'histoire du journalisme en ligne diffère cependant selon chaque pays ou contexte particulier. Au vu du grand nombre de recherches effectuées sur ce sujet, nous insisterons particulièrement dans notre travail sur le développement de la presse en ligne en France et en Espagne. Nous avons donc accordé une attention toute particulière aux travaux réalisés dans

ces deux pays, sans que cela ne minimise d'aucune façon les contributions scientifiques sur ce sujet issues d'autres régions du monde.

2.3.1. Le journalisme en ligne en France

Beccaria et Saint-Exupéry (2013) décrivent d'une manière bien particulière l'état de la presse écrite en France au moment de l'arrivée du réseau : « Lorsque Internet se développe, que les petites annonces quittent les colonnes des journaux pour le Web et que les annonceurs découvrent les joies du ciblage numérique, la presse écrite se révèle telle qu'en elle-même: vieillie, vieillotte, coupée de larges pans de la société, enfermée dans un tête-à-tête avec les élites, écartelée entre l'esprit du passé qui souffle encore et les logiques marketing de ses nouveaux maîtres ».

On peut comprendre cette situation à la lumière de ce que relève Marino (1996) : en France, selon la lecture de Desrichard (1997), « [...] l'évolution du journalisme, avec ses modes d'élaboration et de présentation de l'information, a généralement connu des transformations radicales, depuis la *Gazette* de Renaudot jusqu'à la presse en ligne ». Ceci explique peut-être en partie l'observation rapportée précédemment. Si la presse écrite a tant de mal à se réformer, c'est peut-être parce qu'elle s'accroche encore aux modèles de fonctionnement qu'elle a suivis ces cinquante dernières années.

Les chercheurs signalent cependant que « la première forme de presse électronique consistait en la mise à disposition de données et de textes sur des serveurs professionnels, sur des services vidéotex ou encore sur CD-ROM, qui avaient principalement une fonction d'archive. Il apparaît donc que l'évolution vers les versions numériques des médias est encore

récente, et qu'elle a même été observée avec méfiance par beaucoup de patrons de presse » (Desrichard, 1997).

Quoi qu'il en soit, c'est en 1995 que les journaux français se sont intéressés sérieusement à internet (ou plutôt, au Minitel) (Guérin, 1996). « Dans une certaine mesure, la presse en ligne conclut un cycle commencé, à la fin des années 1970 par la numérisation de la production et des contenus » (Estienne, 2007 : 57). S'agissant du cas de la France, Estienne voit aussi dans le Minitel la préfiguration de la presse en ligne :

« Système d'information et de communication basé sur la norme vidéotex, le Minitel se présente comme un objet de communication composé d'un clavier et d'un écran. Il s'agit d'un terminal à partir duquel il est possible d'accéder via le Télétel à un ensemble de services. La concession de ces terminaux par les PPT (puis par France Telecom) va permettre au Minitel, premier système télématique grand public au monde, de se diffuser largement dans tout le pays » (Estienne, 2007 : 61).

Pionniers dans l'utilisation du Minitel, *Libération* et *Les Dernières Nouvelles d'Alsace* ont ensuite été suivis par *Le Monde*, *Le Monde Diplomatique* et *L'Express*. Cependant, comme aux États-Unis, il s'agissait davantage d'un positionnement stratégique, d'une question d'image de marque plutôt que d'un réel investissement (Guérin, 1996 : 37).

Libération et *Le Parisien* cherchaient alors à concevoir une « information spécifique », adaptée à ce nouveau support⁶. Le public n'a pas vraiment été au rendez-vous, mais certains journaux proposaient des services spécialisés, comme *Les Echos* qui permettait de suivre la Bourse. D'autres sont parvenus avec succès à proposer des jeux et des services de messagerie

⁶ Nous ajoutons à la lecture de Guérin les informations trouvées sur le document digital *Internet et la presse en ligne* (Cf. <http://cyberechos.creteil.iufm.fr/presse/chap2.htm>).

(comme *Le Parisien* et *Le Nouvel Observateur*). *L'Équipe* a connu un certain succès grâce au Tour de France. Plusieurs journaux testaient la complémentarité de leur image avec celle de leur offre télématique. Ainsi, *Le Monde* mettait à disposition ses archives, une base de données documentaire, des informations sur la bourse, l'immobilier, les élections... Il proposait également des petites annonces ainsi qu'une analyse de 200 000 livres et un service de librairie en ligne (Guérin, 1996 : 37-38).

La presse en ligne française avait dix ans d'expérimentations derrière elle à cette époque et certains journaux avaient acquis une expertise directement profitable sur internet. Le Minitel a donc fini par s'essouffler. La « lenteur » de son système, les limitations graphiques, la taille de l'écran et les « faiblesses » de son clavier ont provoqué l'inéluctable migration vers internet (Guérin, 1996 : 39).

Pionnier du journalisme en ligne, *Libération* fut l'un des acteurs les plus innovants de la scène médiatique française. Tous les vendredis, le quotidien proposait un cahier multimédia dans sa version papier. Cette actualité multimédia était également présente dans sa version en ligne. Grâce à la messagerie, *Libération* offrait la possibilité de communiquer avec ses rédacteurs mais aussi avec d'autres lecteurs. Le journal proposait également des dossiers, des forums de discussion ainsi que des liens vers d'autres sites. La rubrique *Livres* offrait la possibilité au lecteur de lire le premier chapitre de 150 livres récents. On a dit à juste titre que, graphiquement et esthétiquement, *Libération* était le journal le plus abouti de toute la presse en ligne française (Guérin, 1996 : 101).

Les Dernières Nouvelles d'Alsace, également pionnier du journalisme en ligne en France, avait pour sa part abouti à de notables avancées techniques. Le journal était actualisé

quotidiennement. Sa page d'accueil se divisait en deux fenêtres : les articles de Une occupaient la partie droite et les autres rubriques la partie gauche. On y trouvait avant tout des informations d'actualité sportive et régionale (Guérin, 1996 : 103). Des jeux, ainsi qu'un service de petites annonces consacrées à l'emploi étaient également proposés.

Le Monde offrait une édition complète. Esthétiquement, le journal était moins abouti que *Libération* mais proposait de nombreuses rubriques. Outre les actualités, le journal proposait des dossiers, des magazines, des forums de discussion ainsi que l'accès aux archives et à un portrait du journal. *Le Monde diplomatique* a lancé sa version en ligne malgré ses réticences face à certaines utilisations des nouvelles technologies.

La version en ligne des *Echos* a également été un grand succès. Outre l'actualité économique, le journal proposait de nombreux dossiers. L'accès aux actualités boursières, aux taux de change ainsi qu'aux chiffres clé de l'économie était gratuit, contrairement à l'accès aux bases de données.

Ce bref aperçu historique, tout particulièrement inspiré de Guérin (1996), montre qu'en France la presse en ligne n'a pas toujours été perçue à ses débuts comme un support adéquat pour la grande presse. La présence en ligne a représenté cependant un atout indéniable pour d'autres publications ou magazines. Le temps et l'expérience aidant, la presse a fini par prendre conscience du grand intérêt que présentait internet. Les recherches effectuées sur ce sujet en France rapportent également toute une série de questions et de préoccupations relatives au métier de journaliste, à la capacité de financement de ce nouveau média, à ses caractéristiques propres ainsi qu'au public visé.

2.3.2. *Le journalisme en ligne en Espagne*

L'histoire du journalisme électronique en Espagne est aussi vaste que les recherches réalisées à ce jour dans ce pays. Bien que Díaz Noci et Meso (1998) s'accordent à dire que le *Boletín Oficial del Estado* fut le premier quotidien à lancer une édition numérique, interactive et multimédia, c'est en Catalogne que sont nées les premières versions internet de journaux établis. C'est ainsi qu'en 1994, *El Temps*, qui fut d'abord présent sur le serveur internet espagnol Servicom, a mis en ligne son édition numérique.

El Periódico de Catalunya, *La Vanguardia* et *Avui* suivirent l'exemple du valencien *El Temps*. Rappelons que ces éditions numériques n'avaient plus rien à voir avec les services de télétexte et autres que l'on pouvait trouver auparavant sur le réseau et qui ne permettaient que la diffusion de textes, destinés le plus souvent à présenter des informations économiques (Díaz Noci et Meso, 1998).

Le journal sportif *Sport* a lui aussi suivi l'exemple de ces journaux catalans. À Madrid, en 1994, *El Mundo* plongea également dans le grand bain de la presse en ligne, bien qu'ayant choisi de passer par des serveurs différents et d'adopter une périodicité propre. Avant de se lancer en ligne, le journal avait développé une stratégie numérique avec différents types de produits : le CD-ROM, qui contenait la collection d'archives du journal et qui était publié tous les six mois, le projet de journal numérique, et les produits d'*El Mundo* sur internet.

De son côté, ABC édita une collection d'archives sur CD-ROM, contenant simplement le supplément culturel ABC Cultural et non le journal dans son ensemble, ce qui constitua une première étape avant de devenir véritablement un journal en ligne, en 1995. El País, quant à lui, arriva sur le réseau en 1996 et devint « le journal numérique connaissant le plus grand

succès de tous les quotidiens espagnols en ligne. Son contenu est principalement issu de l'édition papier, mais le journal propose également des rubriques interactives permettant la participation du lecteur » (Díaz Noci et Meso, 1998).

La presse régionale a également sauté le pas pendant les années 1990, proposant, à travers un graphisme moyennement réussi, des résumés quotidiens de ses éditions papier ainsi que d'autres services. La plus importante agence de presse de langue espagnole, EFE, mit quant à elle à disposition de ses abonnés et lecteurs un service d'informations en ligne, baptisé EfeNet. « Il s'agissait d'un service payant avec trois volets : un service d'actualités, un service graphique ainsi qu'une base de données » (Díaz Noci et Meso, 1998).

Quant aux produits d'information économique, on peut citer Grupo Negocios, qui éditait plusieurs publications économiques et proposait des produits complets qui ne se limitaient pas à la reproduction des journaux et magazines papier sur internet. A l'inverse, *La Estrella Digital* fut le premier quotidien espagnol publié exclusivement sur le web. Cette initiative, gratuite et financée par la publicité, fut la première de ce genre en Espagne. L'organisation de l'information est semblable à celle n'importe de quel autre journal, avec des rubriques similaires à celle d'un quotidien classique.

Pour finir, Díaz Noci et Meso (1998) citent deux autres exemples notables de journalisme numérique en Espagne : les *digizines* ou fanzines numériques et les publications scientifiques en ligne. Les *digizines* sont le fait « d'une seule personne, ou d'un petit groupe de personnes, fans d'un domaine culturel particulier (cinéma, musique, bandes dessinées), qui utilisent des moyens accessibles à tous pour publier une revue sur ces sujets. Ces revues n'ont ni le formalisme, ni les moyens de diffusion ni les ressources des magazines produits de

manière professionnelle ou industrielle, mais elles ont su tirer profit de la révolution informatique ». En ce qui concerne les revues scientifiques, Díaz Noci et Meso (1998) citent Olachea Labayen [1985]⁷ pour qui les publications académiques ont désormais l'avantage de « ne plus avoir à se préoccuper du coût de l'impression et de diffusion : il suffit de déposer un exemplaire unique sur un serveur accessible à tous les utilisateurs autorisés à le lire ou désireux de le faire ». Ainsi, la « diffusion électronique offre l'énorme avantage de la rapidité et de l'universalité. A partir du moment où le document est accepté et introduit dans le système, il se trouve à la disposition de tous les utilisateurs ».

2.4. *Le cas latino-américain*

Géographiquement éloignée du contexte espagnol, mais proche cependant par la langue et la culture, l'Amérique Latine, dont le journalisme en ligne a connu un développement original, mérite un examen particulier⁸. Bien que les principaux quotidiens de la région aient connu des mises en ligne à la même époque, dans les années 1990, les lecteurs ont mis davantage de temps à s'adapter à ce nouveau format, peut-être à cause de disparités sociales plus importantes et d'une inégalité d'accès au réseau (Ferrer *et al*, 2011). Malgré cela, cette région du monde a su développer, tout particulièrement en Colombie et au Mexique, un journalisme d'investigation très proche de l'école américaine du « nouveau journalisme », et un journalisme de chroniques, inspirées de celles de l'écrivain Gabriel García Márquez.

Ainsi, il existe aujourd'hui une vingtaine de publications journalistiques présentes exclusivement sur internet. Elles présentent le résultat d'enquêtes et de travaux réalisés en

⁷ Cf. Juan Olachea, Las publicaciones periódicas científicas y la difusión electrónica, in *Boletín de la Anabad*, Tomo 35, N° 4, 1985, p. 493-505 (cité par Díaz Noci et Meso, 1998).

⁸ Cf. *El País*, El 'boom' de la prensa digital latinoamericana, Madrid, 2 mars 2013, http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/03/01/actualidad/1362165444_533165.html

dehors de « l'actualité chaude ». Leur financement représente l'un de leurs grands défis puisque 57 % de ces publications génèreraient des pertes. Cependant, tout porte à croire que le modèle de la presse en ligne continuera à croître en Amérique Latine.

3. Caractéristiques du journalisme en ligne

Díaz Noci et Meso (1998) assurent que « le terme de 'journal' en ligne est condamné à tomber en désuétude ». Comme nous l'avons vu et comme le soulignent ces auteurs, « la presse d'information a reproduit sur les réseaux télématiques des calques de ses versions papier. Cependant, les possibilités techniques, qui permettent d'intégrer tous les éléments multimédias (sons, textes et vidéos), et les possibilités de diffusion qui rendent possible l'actualisation pratiquement en continu de l'information, remettent très sérieusement en question l'idée que le 'journal' soit le modèle à suivre à l'avenir. Il s'agirait bien plutôt de créer de nouveaux produits ayant une idiosyncrasie propre ».

Cette observation, faite il y a une quinzaine d'années, reste toujours pertinente. Les médias en ligne peuvent encore être considérés comme étant « en transition », étant donné que « leur structuration en tant que nouvelles propositions est conditionnée par la présence d'éléments innovants qui apportent de la valeur ajoutée et qui les différencient des médias traditionnels » (Cely, 1999: 11).

Comme nous l'avons vu, la presse fut l'un des médias qui a connu le plus de transformations techniques, tout particulièrement pendant le XX^e siècle. Smith (1980) affirme que le journalisme a évolué selon les goûts et les intérêts changeants et croissants du public. Ainsi, il y a déjà longtemps que les quotidiens ont amorcé leur propre démantèlement, retirant

certaines fonctions de leur combinaison, les transférant à d'autres médias et se scindant également en suppléments spéciaux (Smith, 1980: 135-157). Mais l'« arrivée des nouvelles technologies, obligeant les journaux à développer de nouvelles fonctions davantage spécialisées, suppose d'une certaine manière la négation du journal tel qu'on l'entend communément » (Cely, 1999: 57).

On peut donc définir la publication électronique comme un nouveau produit d'information qui, semble-t-il, signe le passage définitif du papier à l'écran. Toffler (1980) a avancé l'idée que l'augmentation du nombre de sources d'information, avec les systèmes interactifs, pourrait transformer l'utilisateur passif en utilisateur actif, ce qui entraînerait une inversion de la massification des médias. D'autres auteurs mettent l'accent sur l'interactivité et affirment que les publications en ligne doivent permettre la circulation de l'information à double sens, de sorte que les informations numériques puissent être partagées par l'émetteur et le récepteur. Ce qui, par conséquent et selon cette approche, peut donner lieu à une forme de participation qui n'existe pas dans les médias traditionnels.

D'après Cely (1999: 53), c'est l'homogénéisation (capacité de réunir en un seul produit communicationnel les caractéristiques des médias de masse connus jusqu'à aujourd'hui : textes, mais aussi images et sons ; elle est rendue possible par la technologie numérique du multimédia) et l'interaction (rendue possible grâce au système de l'hypertexte) qui caractérisent les journaux en ligne.

En nous appuyant sur les travaux de Díaz Noci et Meso (1998) sur la presse numérique, nous présentons ci-dessous une première caractérisation du journalisme en ligne. Leurs idées principales, de multimédialité, rupture de la séquentialité (hypertexte et

hypermédia), rupture de la périodicité et d'interactivité peuvent être considérées comme toujours actuelles.

La « *multimédialité* » (Díaz Noci et Meso, 1998) peut être définie comme « l'intégration, dans une même unité discursive, de divers types d'informations : textes, images (fixes ou en mouvement), sons mais aussi base de données ou programmes exécutables (les *applets Java*, par exemple) » (Díaz Noci et Meso, 1998). Les différents langages spécifiques à internet, comme le HTML ou le VRML (*Virtual Reality Modelling Language*) ou encore le langage de programmation multiplateforme Java, « qui permet d'inclure des programmes exécutables quel que soit le système d'exploitation de l'utilisateur », ont représenté une importante avancée technique. Díaz Noci et Meso (1998) citent Cloutier, pour qui les années 1970 furent celles du règne de l'audiovisuel (de par l'essor de la télévision et de la vidéo), les années 80 celles du scriptovisuel, et les années 1990 celles de l'« audioscriptovisuel »⁹.

D'après Díaz Noci et Meso (1998), les concepts *hypertexte* et *hypermédia*, ou « systèmes hypermédias », peuvent être définis comme « un système d'informations textuelles, visuelles, graphiques et sonores fonctionnant à l'aide de liens permettant de relier les informations entre elles à l'intérieur de ce système »¹⁰.

« Si un lien unit deux ou plusieurs autres informations textuelles, nous nous trouvons, comme l'on sait, devant un lien *hypertexte*. S'il unissait deux ou plusieurs autres informations sonores, nous nous trouverions devant un lien *hyperaudio*. S'il unissait deux ou plusieurs autres informations visuelles, devant un lien *hypervisuel*. Cependant, ce qui arrive le plus couramment c'est que les divers types

⁹ Cf. Jean Cloutier. L'audioscriptovisuel et le multimédia, in *Communication et langages* N° 99, Retz, Paris, 1994, p. 42-53 (cité par Díaz Noci et Meso, 1998).

¹⁰ Cf. Mercedes Caridad y Purificación Moscoso, *Los sistemas de hipertexto e hipermedios*, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Madrid, 1991 (cité par Díaz Noci et Meso, 1998).

d'information (textuelle, sonore et visuelle) soient intégrés à un ensemble ou structure, à un système, et par conséquent les relations ou liens s'établissent entre eux de manière combinée. Cela s'appelle l'*hypermédia*. On tente de cette manière de représenter le mode de pensée humain de manière encore plus fidèle qu'avec l'hypertexte. La pensée humaine n'est pas seulement verbale, et ne peut être réduite à du texte. Les nouveaux médias offrent donc la possibilité de reproduire plus fidèlement, du moins en théorie, la manière dont nous pensons. Comme le dit Cloutier, de nouveaux horizons s'ouvrent quant à la possibilité d'un 'langage polysynthétique et intégrateur'. Polysynthétique parce qu'il assemble divers éléments qui ne font sens qu'à l'intérieur de cet assemblage. C'est un langage syncrétique qui donne accès aux trois dimensions spatiales et à la dimension temporelle »¹¹ (Díaz Noci et Meso, 1998).

Par ailleurs, on a observé que les médias en ligne permettent également de rompre avec la *périodicité*. Bien que les médias soient parvenus à réduire considérablement le délai de diffusion de l'information (presque dans sa totalité, comme dans le cas de la télévision par exemple), la presse écrite a toujours connu là une difficulté particulière liée à la distribution des journaux dans les différents espaces géographiques et aux coûts élevés que tout cela représente.

« Comme nous l'avons vu, le produit numérique n'est pas assujéti à toutes ces contraintes. Il en subit cependant d'autres : si l'industrie de la presse quotidienne papier doit renouveler son journal tous les jours pour le lendemain, toutes les vingt-quatre heures, le journal numérique doit proposer une information en continu. C'était là auparavant une caractéristique que seuls partageaient les médias audiovisuels, la radio et la télévision. [...] Les définitions étanches (la presse écrite est du domaine de la réflexion, la télévision et la radio du domaine de l'immédiateté et de la rapidité) n'ont plus de sens à l'heure des nouveaux médias » (Díaz Noci et Meso, 1998).

Pour finir, l'interactivité représente, dans le cadre de notre travail, la caractéristique technique de la presse en ligne qui nous intéresse le plus. Nous en ferons un usage

¹¹ Cf. Jean Cloutier, *Ibid.*, p. 51 (cité par Díaz Noci et Meso, 1998).

essentiellement discursif, en relation avec l'utilisation du langage en contexte. En tout cas, l'interactivité a également été définie par Díaz Noci et Meso (1998) comme « la possibilité pour l'utilisateur de 'questionner' le système, se donnant ainsi la possibilité de récupérer l'information de la manière souhaitée. Il s'agit de faire en sorte que l'émetteur n'envoie pas un message unidirectionnel, sans possibilité d'y répondre, que le récepteur ne pourrait qu'accepter ou pas ».

Il s'agit là du marqueur qui caractérise le mieux la presse en ligne et qui, d'une certaine façon, la différencie des autres médias, et ce parce qu'il rompt « d'une certaine manière avec le concept de communication de masse, comme nous l'avons vu. Le récepteur a donc désormais la pleine maîtrise de ses décisions et il peut paramétrer, à l'intérieur de limites étendues, son propre message ainsi que communiquer, d'une manière ou d'une autre, avec l'émetteur. Comme le disait Assenatto, tout est fait pour l'utilisateur »¹² (Díaz Noci et Meso, 1998).

L'une des expériences scientifiques les plus intéressantes sur le sujet de l'interactivité dans la presse en ligne fut menée dans les années 1990 par le Media Lab¹³ du Massachusetts Institute of Technology (MIT). Il s'agit du journal personnalisé *daily me*¹⁴. Le *Fishwrap* (littéralement « emballage de poisson », selon l'expression « à quoi sert le journal d'hier sinon à emballer le poisson ? »)¹⁵ fut « une expérience innovante qui consistait à donner à l'utilisateur la possibilité de définir son profil ainsi que les thèmes qui l'intéressent et de

¹² Cf. Lucilla Assenatto, Destinatario, tutto si fa per te, in *Problemi dell'informazione*, anno XIX, N° 1, Il Mulino, Bologna, 1994, p. 63-67 (cité par Díaz Noci et Meso, 1998).

¹³ Cf. <http://www.media.mit.edu>

¹⁴ Cf. Pierangelo Giovanetti. Il futuro in laboratorio: daily me e flat panel, in *Problemi dell'informazione*, anno XX, N° 2, Il Mulino, Bologna, p. 195-203 (cité par Díaz Noci et Meso, 1998).

¹⁵ Cf. Pascal R. Chesnais, Matthew J. Mucklo y Jonathan A. Sheena, The fishwrap personalized news system, in *IEEE Second International Workshop on Community Uncorking Integrating Multimedia Services to the Home*, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, 1995 (cité par Díaz Noci et Meso, 1998).

recevoir ainsi un produit conçu selon ses goûts. Ainsi, il ne perdait pas de temps à faire le tri entre les informations qui l'intéressent et celles qui ne l'intéressent pas » (Díaz Noci et Meso, 1998).

On a ainsi pu observer que la presse en ligne peut offrir de plus grandes masses d'informations que la presse écrite, ce qui permet au lecteur d'accéder « à ce qui l'intéresse, et d'obtenir sur ces sujets toute l'information qu'il souhaite grâce à l'*interactivité*, cette possibilité de demander au système de nous apporter les réponses aux questions que nous lui posons » (Díaz Noci et Meso, 1998). Comme nous le verrons par la suite, ce concept a été développé deux ans auparavant par Kaïmaki (1996).

Chapitre 2

Tendances de la recherche sur la presse en ligne

Les recherches sur la presse en ligne, et par extension sur le journalisme en ligne, ont débuté au milieu des années 1990 dans trois principales régions du monde : l'Europe, les États-Unis et dans une moindre mesure, l'Amérique latine. Il convient de prendre en considération l'abondante production qui a été réalisée jusqu'à aujourd'hui sur le thème d'internet, même si, étant donné l'ampleur et la multiplicité des sujets traités et des axes de réflexion engagés sur ce sujet, nous n'en ferons pas mention dans ce chapitre. Nous chercherons en revanche ici à repérer les recherches qui ont été auparavant effectuées sur notre sujet. Nous suivrons un parcours allant du général au particulier, organisé de manière chronologique et non thématique, afin d'examiner les principales études effectuées sur la presse en ligne. Nous pourrions ainsi observer les différentes pistes de recherches qui ont été explorées et nous apercevoir que les mêmes questions ont été soulevées en des latitudes différentes.

En Europe, les recherches scientifiques et les rapports de bureaux d'études et d'organismes proviennent principalement d'Espagne, de France et du Royaume-Uni, avec quelques occurrences rencontrées en Allemagne et en Italie. L'Amérique du Nord a également été prolifique, États-Unis en tête suivis du Canada. En ce qui concerne l'Amérique latine, nous évoquerons différentes études réalisées au Mexique, au Venezuela et en

Argentine. Sur la scène africaine, une étude camerounaise constitue le seul exemple trouvé à ce jour.

Ces études traitent principalement de la presse en ligne du point de vue de la sociologie des médias. Elles s'interrogent sur le rôle de la presse écrite, de la radio et de la télévision après l'apparition des nouvelles possibilités offertes par de nouvelles technologies de l'information et de la communication. D'autres travaux explorent le rôle du journaliste et des lecteurs dans ce nouveau contexte. Une grande partie de ces études mettent l'accent sur la nécessité de repenser la presse en ligne selon de nouvelles théories et modèles de la communication médiatique. L'analyse sémiolinguistique, qui constitue notre axe de recherche, a été très peu privilégiée dans les divers travaux rencontrés, qui sont au carrefour de différentes disciplines comme la philosophie, la psychologie, la sociologie mais aussi l'anthropologie ou l'ethnologie. Nous tenterons, à travers l'analyse textuelle du discours, d'apporter les éléments pour une théorie de la coproduction journalistique.

Nous présentons donc ci-dessous, de manière chronologique, les différents travaux réalisés sur la presse en ligne. Comme nous l'avons dit, nous souhaitons aller du général (les recherches générales sur le sujet) au particulier (les recherches à caractère linguistique-discursif). Nous intercalerons dans notre présentation des études aux approches et aux origines géographiques diverses, en étant tout particulièrement attentifs à ce qui, dans ces travaux, nous permet d'avoir une idée d'ensemble des conditions générales qui déterminent la mise en scène du discours.

1. Premiers axes de recherche

Nous devons encore à Díaz Noci (1997) cette présentation des premiers axes de recherche sur la presse en ligne. Dès les années 1980, avec Smith que nous avons précédemment cité, les spécialistes cherchent à décrire le nouveau paysage culturel qui se dessine après l'arrivée des réseaux télématiques, encore en phase d'expérimentation à l'époque. Dans les années 1990, les historiens se chargent de leur côté de retracer l'histoire qui va de l'imprimerie aux médias électroniques, et s'interrogent sur la signification à donner aux effets que ces derniers produisent.

D'autres études cherchent à décrire les caractéristiques générales de la publication de journaux numériques, à étudier le langage (comme l'HTML) et le graphisme propres à internet, ou encore à examiner la rédaction de textes dans la presse en ligne et la nouvelle écriture relative aux nouveaux médias. Díaz Noci (1997) aborde de fait « la véritable rhétorique du nouveau produit électronique » présente dans le « discours multimédia (et hypermédia) ». On cherche également à analyser l'affranchissement des produits d'informations électroniques par rapport aux modèles classiques des médias (presse écrite, radio, télévision), on étudie certains médias électroniques, on examine les caractéristiques de ce nouveau discours et les nouvelles stratégies rhétoriques du discours informatif à l'ère numérique et ses conséquences pour l'enseignement du journalisme.

À cette époque, Armañanzas, Díaz Noci et Meso (1996), ainsi que Guérin (1996, dont nous reparlerons plus loin) initient une première phase d'études générales sur les nouveaux médias et sur l'utilisation d'internet comme source d'information. Dans d'autres domaines, on cherche également à étudier certaines caractéristiques spécifiques du journalisme en ligne

comme les nouveaux modes de lecture, l'isolement produit par l'utilisation des médias numériques et les nouvelles méthodes de récupération de l'information.

D'autres recherches importantes, relatives à l'industrie journalistique et à l'avenir du métier de journaliste, se concentrent sur les changements qu'apportent ces nouveaux médias à l'organisation du travail et à la profession en général. Ainsi, on s'interroge sur le nouveau rôle des journalistes et sur l'attitude que doivent adopter les entreprises de presse face à ces nouveaux médias.

Le domaine du droit, aussi bien public que privé, a également contribué de manière importante aux recherches sur la presse en ligne. Différentes études ont traité des questions concernant les conséquences juridiques de l'arrivée des nouvelles technologies et de la plus grande diffusion des idées qu'elles permettent. Ceci parce-que « la transnationalisation des produits électroniques, fabriqués en un lieu précis mais accessibles depuis n'importe quel autre endroit du monde, et les caractéristiques déjà mentionnées (en particulier la multimédialité), soulèvent certaines questions. Par exemple, comment faire face aux abus et aux délits qui peuvent être commis sur internet ? » (Díaz Noci, 1997).

Enfin, dans la seconde moitié des années 1990, des auteurs issus de domaines divers réfléchissent à des questions de droit privé, au droit d'auteur, à la propriété intellectuelle des œuvres multimédias, que l'on peut aisément reproduire ou modifier illégalement, à la protection de ces droits dans le cadre des technologies numériques, ainsi qu'aux questions de la diffusion des œuvres qui s'opère de manière quasi instantanée à toute la planète. Il existe ainsi divers travaux traitant de différents thèmes relatifs aux nouvelles technologies, au droit d'auteur et à la propriété intellectuelle.

2. Années 1990, les débuts

Les débuts officiels de la presse en ligne datent de 1993 et deux ans seulement après nous trouvons une étude formelle sur ce sujet. Ces premiers travaux, édités et coordonnés aux États-Unis par Bjørner (1995), soulignent la popularité que commencent à avoir les versions numériques des journaux, dont les éditions papier continuent cependant à garder leur indiscutable « importance » selon l'auteure. Il est intéressant de remarquer que les journaux numériques sont alors regardés et analysés comme une source supplémentaire d'information et non comme une « source d'information de remplacement ». Cependant, l'auteure considère qu'il faut améliorer l'efficacité de la mise en ligne des archives des journaux et de leur transmission à l'utilisateur en « temps réel ». On remarque là l'approche particulière de l'auteure, dont les conseils sont destinés aux entreprises et aux sociétés. Aujourd'hui, l'auteure est consultante spécialisée dans le domaine de la diffusion d'informations en ligne.

Pour cette dernière raison, nous pensons que le véritable premier travail académique sur ce sujet est celui qui fut effectué par Guérin (1996 : 7), qui affirme ainsi dès le début : « Tous les demi-siècles au moment de l'apparition de la radio, de la télévision et aujourd'hui du multimédia, les spécialistes sont légion à annoncer la mort inéluctable et rapide de l'écrit. Or loin de s'essouffler, la presse s'est modifiée ». À cette époque cependant, les idées de Guérin sont encore proches de celles de Bjørner. Nous trouvons en effet chez l'auteur français l'idée que « la plupart des journaux électroniques ne sont que simple transfert sur écran des articles publiés sur papier » et que « les réseaux électroniques se situent dans une logique de supports complémentaires ». Cependant, Guérin cherche à entrevoir le futur de la presse en

ligne, et nous sommes d'accord avec lui lorsqu'il affirme que « la mise en ligne de la presse sur des réseaux électroniques donne de nouvelles possibilités à l'écrit » parce qu'ainsi elle « peut se rapprocher à volonté de son lecteur » (Guérin, 1996 : 119). Nous lui devons ainsi une synthèse de l'histoire d'internet et de l'arrivée de la presse électronique, que nous avons présentée dans le chapitre précédent.

Les travaux de Marino (1996), actuellement journaliste à *LeMonde.fr*, également menés en France et datant de la même époque, sont tout aussi importants. L'auteure associe dans son étude, qui traite avant tout de la presse quotidienne et des journaux et magazines d'actualités, la notion de « journal électronique » au développement des réseaux numériques. Le concept de « presse électronique » s'applique aux versions en ligne des journaux traditionnels papier ainsi qu'à la presse conçue et diffusée exclusivement sur un média électronique.

Les travaux de Marino (1996), malgré des proportions et une portée modestes, constituent une référence notable dans la littérature scientifique française consacrée à notre sujet. Elle y décrit dans ses grandes lignes l'histoire allant de l'invention de l'imprimerie à la « nouvelle ère informatique », qui a révolutionné la conception de la presse. Elle présente les avantages qu'apporte la presse électronique quant à la diffusion de l'information et décrit, à sa façon, les perspectives qui se dessinent devant la possibilité de « renouveler de manière significative les formes d'écriture et d'organisation de l'information ». Marino (1996) considère cependant que le problème posé par la lecture sur écran, décrit en termes « d'inconfort visuel et d'absence de référents typographiques », représente un véritable défi, ce qui est compréhensible étant donné l'époque de publication de ses travaux. Elle souligne également d'autres aspects problématiques, qui ont néanmoins changé depuis

l'époque où elle a écrit ses travaux, comme par exemple l'absence supposée de « lectorat identifié » (Desrichard, 1997).

Une étude de la même année (Elderkin, 1996), que l'on pourrait considérer comme audacieuse de par l'ensemble des pronostics qui y sont avancés (dont certains sont peut-être sans fondements), « explore les futurs possibles de l'industrie journalistique » et envisage à son tour une vision apocalyptique : « avec l'introduction de nouvelles technologies, les journaux traditionnels, quotidiens et salissants, seront amenés à disparaître. Selon l'auteur (en suivant la lecture réalisée par la revue *Futuribles*), les deux prochaines décennies connaîtront des bouleversements déterminants dans ce domaine : en une vingtaine d'années [voir, en 2016], presque tous les journaux vont devenir électroniques ; par la suite, on pourra observer un mouvement de concentration au profit de grandes entreprises de presse écrite et audiovisuelle. Les journaux diffuseront leurs informations sur un terminal informatique »¹⁶. Malgré un manque d'académisme (Elderkin n'était pas un spécialiste du sujet), il nous semble que cette étude, qui précède d'autres travaux bien plus scientifiques, mérite d'être citée.

En 1996, les auteurs basques Armañanzas, Díaz Noci et Meso (1996) conduisent les premiers travaux de recherche en Espagne sur le journalisme en ligne. Nous devons à ces auteurs, comme nous l'avons annoncé, une présentation et une description très complètes des caractéristiques de la presse en ligne ainsi que de son devenir journalistique, mais aussi des principales tendances de la recherche sur le sujet en Espagne. Ces auteurs, pour qui le journalisme en ligne était déjà une réalité au milieu des années 1990, signalaient ainsi qu'il lui restait à trouver son propre langage discursif et qu'il devait pour cela s'appuyer sur les possibilités techniques existantes. Dans leurs travaux d'une portée majeure, ils analysent ces

¹⁶ Cf. <http://www.futuribles.com/fr/>

caractéristiques inhérentes au discours journalistique numérique et retracent l'histoire du développement des médias en ligne aux États-Unis, en Europe et, bien sûr, en Espagne.

De la même époque datent les travaux de Kaïmaki (1996), journaliste grecque ayant étudié à Paris, dirigés par Ignacio Ramonet. Dans son étude, l'auteure revisite une définition de l'interactivité, dont elle établit différentes formes ou conceptions : la première, basée sur divers « moyens d'interagir du lecteur avec le journal objet »; la deuxième, déterminée par « l'interaction du lecteur avec le journaliste »; et finalement, l'interaction proprement dite « entre [les] lecteurs » (*Kaïmaki, 1996 : 60-61*). Nous pensons que cette étude est l'une des premières à aborder la question de l'interaction dans la presse en ligne, l'un de nos principaux centres d'intérêt, même si son approche est plutôt socio-médiatique.

Certains rapports officiels peuvent être ajoutés à notre bibliographie de thèses, mémoires, articles, essais et autres ouvrages. On peut citer le texte clé présenté à la fin des années 1990 au Conseil de l'Europe par Lamouline et Pouillet (1997). « Posant comme postulat que les autoroutes de l'information provoquent et provoqueront une mutation profonde de notre société, [les auteurs se proposent] d'examiner l'impact des réseaux sur les différents droits concernés, et notamment le droit de la propriété intellectuelle, le droit de l'information, le pluralisme de l'information, le droit au respect de la vie privée, parmi autres » (Desrichard, 1998). Bien que le sujet puisse paraître éloigné de notre objet d'étude, il nous semble intéressant d'évoquer ici la question de la liberté d'expression et d'information sur les réseaux et de ses conséquences, dont les auteurs rendent également compte des débats qu'elle suscite, soulignant que la tendance est à laisser aux récepteurs plus qu'aux émetteurs la responsabilité d'éventuelles limitations, ce qui se situe dans le droit fil de la législation européenne en la matière.

En 1998, les écoles de journalisme participent elles-aussi au débat sur les « mutations inéluctables » du « journaliste en ligne ». Ainsi en est-il de l'Ecole supérieure de journalisme de Lille (Watine, 1998 : 7), qui ouvre le débat sur la question de savoir s'il s'agit d'une évolution ou d'une révolution. On y affirme en l'occurrence avec résignation que « les technologies dites 'nouvelles', qu'elles soient numériques, en ligne ou autres, ont déjà commencé à transformer la pratique du journalisme, [... obligeant la profession à] s'organiser désormais pour intégrer au mieux les outils nouveaux et profiter au plus vite des perspectives offertes ».

Ainsi, « si l'introduction progressive des NTIC dans le monde de la presse renforce déjà les effets de concurrence entre les médias, elle pose aussi, pour les journalistes mêmes, la question de la compétence professionnelle : combien de temps encore pourront-ils imaginer de pratiquer sérieusement le métier sans ordinateur multimédia, sans le numérique ou sans internet ? » Une question sans doute pertinente vu le contexte, fin des années quatre-vingt-dix, qui donne origine à des hypothèses reliées à la formation de « futurs journalistes » ainsi qu'à la « transition » expérimentée par la « génération des professionnels actuellement aux commandes » (Watine, 1998 : 7). On rappelle également, lors de ce débat auquel participent des auteurs français, belges et québécois, « l'universalité des questions liées au développement des NTIC dans l'univers des médias » (Watine, 1998 : 7).

Un autre rapport datant de 1999 et présenté par le Conseil économique et social indique que « la presse, produit de l'esprit, expression d'une liberté fondamentale, n'est pas une marchandise comme une autre. Elle est, aujourd'hui, confrontée à un nouveau défi : le développement d'internet ». Le document se pose les questions déjà habituelles dans le

contexte de l'époque : « Que sera, alors, le journal de demain ? Aura-t-il toujours un avenir sur le support papier comme sur le support électronique qui réunifie texte, son et image ? Après l'historique et l'état des lieux, quelles mesures doivent être prises pour pérenniser l'écrit ? »¹⁷ Ce document dresse un état des lieux de l'industrie de la presse française à cette époque et de son économie (fiscalité, aides de l'État, ventes, diffusion, publicité) et présente la « presse de demain », décrivant entre autres l'interactivité comme le moteur des transformations en cours dans le journalisme.

3. Nouveau siècle, nouvelles propositions

Dans le monde anglo-saxon, les questions semblent tourner autour des techniques et théories relatives aux compétences essentielles que doit posséder le journaliste web. Ainsi en est-il d'Herbert (2000) pour qui radiodiffusion, télévision, presse écrite et en ligne convergent et forment un tout qui doit être appris et maîtrisé par le « nouveau journaliste » (cette situation définit précisément le terme de *convergence*). Cette étude, écrite dans une perspective internationale, se présente comme une œuvre essentielle pour les étudiants en journalisme et pour les professionnels à la recherche de références couvrant les compétences, la technologie et les connaissances nécessaires à la mise en œuvre d'un dispositif numérique de « médias convergents ». Dans une section consacrée à la déontologie journalistique, centrée sur l'éthique et le droit, l'auteur cherche à actualiser les conditions d'exercices du métier et à les adapter à l'ère numérique.

¹⁷ Cf. Conseil économique et social. *Les effets des nouvelles technologies sur l'industrie de la presse*, Direction des journaux officiels, Paris, 1999, p. 117. Les citations correspondent au site Lecese.fr. URL : <http://www.lecese.fr/travaux-publies/les-effets-des-nouvelles-tehnologies-sur-lindustrie-de-la-presse>.

Pour ce qui concerne l'Amérique latine, nous pouvons d'ores et déjà mentionner les travaux réalisés au Mexique par Navarro Zamora (2000). L'auteure, chercheuse à l'Université Autonome de San Luis de Potosí, établit qu'au XX^e siècle, avec le fort développement des médias, la presse écrite a souffert trois moments de crise et de réadaptation : avec les années 1930 et la naissance de la radio puis avec les années 1950 et l'arrivée de la télévision, la presse écrite a connu deux chocs l'ayant obligée à se transformer et s'adapter à ces nouveaux contextes. Aujourd'hui, avec le journal en ligne (l'auteure préfère utiliser le terme anglais *on line*), la presse écrite affronte sa troisième bataille, qu'il lui reste encore à gagner, ou à perdre. Dans son étude (Navarro Zamora, 2000), l'auteure analyse le paysage constitué des plus de 4.322 journaux en ligne comptabilisés à cette date. Entre autres principales caractéristiques du journal en ligne, l'auteure signale qu'« il est numérique, que sa lecture n'est pas séquentielle, qu'il est universel, instantané, actualisable, profond, interactif, personnalisable, disponible à tout moment, multimédia, fiable, et qu'il contient des services gratuits ». « Toutes ces caractéristiques », affirme l'auteure, « créent un produit multimédia à la rhétorique nouvelle ».

Nous souhaitons également mentionner une autre contribution d'Armañanzas (2000), qui met l'accent sur l'opinion dans la presse en ligne. L'auteure analyse en effet « l'espace d'opinion que les journaux en ligne offrent au lecteur ainsi que les possibilités pour ces derniers de donner leur avis, soit en votant sur des sujets divers, soit en exprimant directement leurs points de vue ». A travers un échantillon composé de trois quotidiens de référence espagnols, *El Mundo*, *ABC* et *El País*, cette étude conclut que les points de vue des lecteurs « s'ajoutent à la création d'opinion de la presse ».

L'auteure rappelle dans cette analyse, qui constitue une référence directe pour notre travail, que dans la presse en ligne le lecteur devient un véritable créateur d'opinion, rôle qu'à de rares exceptions près il ne pouvait pratiquement pas exercer dans le cadre de la presse papier. Cette étude dresse le portrait du lecteur à l'ère numérique, qui « effectuant naturellement la comparaison entre les médias grâce à cette possibilité d'accéder facilement aux contenus qu'il désire, simultanément dans un même espace, l'écran, exige de la presse en ligne une précision, une richesse et une actualité qu'il n'obtient pas toujours. Le public n'est plus passif et a désormais la capacité de répondre, et la presse en ligne, même imparfaite, a rapidement accepté l'idée que l'interactivité ne se résume pas à accéder à la requête d'un utilisateur qui veut acheter quelque chose sur internet » (Armañanzas, 2000).

Nous poursuivons notre présentation chronologique des différentes recherches effectuées sur notre sujet avec une étude française, celle de Laubier (2000). Ici, les mêmes questions sont posées, mais l'objectif est d'atteindre des réponses différentes. Ainsi, Laubier rappelle que passée « la crainte de la cannibalisation », les journaux ont compris que le web apporte plus d'avantages que d'inconvénients. A partir d'une lecture de Raynaud (2000), Laubier tente de mesurer « l'impact professionnel et économique » de la presse en ligne, mais également de lever la confusion conceptuelle qui existe entre communication et information « qui met en cause la fonction politique d'intermédiaire qu'assument les journalistes en cherchant l'information, puis en la hiérarchisant ». Dans cette étude sur la presse en ligne, l'auteur présente « l'économie, les investissements potentiels de la publicité, la commercialisation de produits dérivés par les grands médias, la bataille des portails et des contenus lors des fusions-acquisitions entre groupes de presse, la question des droits d'auteur, du copyright et des chartes de bonne conduite pour 'lutter contre la reproduction abusive des journaux sur internet, notamment par certains sites d'informations personnalisées' (Laubier,

2000) ». Les questions de la crédibilité du journaliste et de la liberté de la presse sont également abordées.

En Allemagne (Henkel, 2000), l'ère numérique est également perçue comme constituant un défi lancé aux éditeurs de presse et à l'industrie du journalisme en général, dont la presse en ligne. En Italie, Valentini (2000) s'interroge sur le fonctionnement de l'information à l'heure d'internet et sur l'évolution des relations entre journalistes et lecteurs. Sa première hypothèse est que l'arrivée d'internet augmente l'intérêt pour l'actualité et qu'il rend la communication et le commerce plus interactifs et démocratiques. Selon l'auteur, le journaliste est condamné à « descendre de sa chaire » et à travailler « directement avec le public ». Ainsi, la presse pourrait obtenir une plus grande audience si elle sait s'adapter rapidement, et si elle peut changer les principes et les outils de son activité publicitaire par exemple. L'intérêt de la proposition de Valentini réside dans sa visée polémique dirigée contre le journalisme traditionnel italien, dont « l'état de stagnation » à l'époque laisse apparaître une défense de « caste attachée à de vieux principes » et à de vieux modèles.

Nous souhaitons également mentionner notre propre contribution, datant de l'année 2001, dans laquelle nous tentions de déterminer quel était le degré de communication directe qui pouvait s'établir alors entre les lecteurs et les versions en ligne de divers grands médias vénézuéliens mais aussi mondiaux (López Díaz, 2001). Dans cette étude de portée très modeste, nous cherchions à savoir si les contributions des utilisateurs dans les divers médias étaient prises en considération, d'un point de vue éditorial, au point de modifier le message journalistique. Nous décrivions également les mécanismes qui étaient à cette date employés par les médias en ligne pour garantir cette interaction. Nous appuyant sur une vision anthropologique et culturelle, nous cherchions à comprendre les relations

communicationnelles qui s'établissaient dans les médias étudiés. Nos observations nous ont permis de conclure que les journaux en ligne, en 2001, demeuraient des médias traditionnels, bien que sur de nouveaux supports, avec peu de variations quant à la finalité informative et communicative.

Cette présentation bibliographique générale nous permet de constater qu'il existe un contraste équilibré entre l'avancée technologique et culturelle de la presse en ligne et les recherches qui ont été menées à partir du milieu des années 1990. Même si notre principal objectif est d'analyser le discours, les textes produits par la presse en ligne, nous pensons que toutes les études que nous présentons ici nous permettent de bien situer notre travail, aussi bien notre première étude, datant de 2001, que la présente, réalisée douze ans après, et dont nous considérons qu'elle en est une continuation logique et approfondie.

4. Sur le cyber-journalisme

Les inquiétudes concernant la logique économique en œuvre dans l'industrie du journalisme en ligne expliquent la réalisation d'une étude de référence finalisée en 2001 en France. Selon nous, il y a un *avant* et un *après* cette étude dans la perception française du journalisme en ligne (du point de vue des médias, bien entendu). Ainsi, selon l'étude de Benchmark Group (2001), « 50 % des titres interrogés mettent 'davantage de contenu' comme principal axe stratégique de leur site de presse en 2001 » (Weissrock, 2001).

« Alors qu'actuellement un titre sur deux dispose d'une équipe internet n'excédant pas cinq personnes, 82 % des titres ont programmé un renforcement des équipes en charge de leur site web. Pour diversifier leurs sources de revenus concentrées à l'heure actuelle autour de la vente d'espaces publicitaires, 41 % des sites de presse ont [eu à l'époque] l'intention de développer le e-commerce. 80 % des titres étudiés

[ont annoncé faire] du commerce électronique sur internet [...], soit deux fois plus qu'en 2000. 29 % des sites de presse ont [eu aussi] l'intention de refondre leur site en 2001 afin de mieux répondre aux attentes des internautes. 2001 [a été] caractérisée par une montée en puissance de l'accès payant aux archives et à de l'information personnalisée. 21 % seulement des sites de presse ont lancé en 2001 des actions pour promouvoir leur site. Plus de la moitié des titres toutefois ont prévu d'augmenter [dans la même période] les dépenses publicitaires consacrées à leurs activités en ligne » (Weissrock, 2001).

En Italie, nous trouvons une définition de la presse en ligne (italienne) chez Contaldo et Di Fabio (2001), pour qui elle possède les mêmes caractéristiques que les journaux traditionnels, mais réserve en outre à l'utilisateur la possibilité d'interagir. Ainsi, les matériaux multimédias, la structure complexe d'archives et les systèmes de consultation du web impliquent une révision de la législation en matière de propriété intellectuelle, de publicité et de vie privée.

Après cette étude, nous pouvons citer celle de Giles et Snyder (2001) qui évoquent le thème de l'avenir du journalisme en partant d'une analyse chronologique démarrant au milieu des années 1960, époque à laquelle peu nombreux ont été ceux qui ont prédit les chocs et les transformations qui allaient advenir dans le monde entier ces cinquante dernières années : disparition de nombreux journaux du soir, arrivée de la télévision devenue source principale et populaire d'information, télévision par câble, lecteurs vidéo et internet, qui ont tant transformé, pour ne donner qu'un exemple, la conception que l'on se faisait des loisirs. Les essais contenus dans cette étude tentent d'esquisser l'avenir du journalisme qui, selon les auteurs, ne sera pas déterminé par les innovations technologiques mais par les actions qu'entreprendront les journalistes et les professionnels des médias.

De son côté, Ward (2002) aborde une méthodologie destinée à encourager la pratique journalistique dans le contexte de la presse en ligne et définit internet comme un outil d'investigation et de publication. D'après lui, le journaliste « en ligne » doit acquérir les compétences fondamentales d'un journaliste pour l'identification, le recueil, la sélection et la présentation des nouvelles et de l'information, mais également des compétences multimédias comme l'enregistrement et l'édition audio, des méthodes d'investigation en ligne comme l'utilisation des outils de recherche, des groupes de discussion et des listes de diffusion. Il doit également connaître l'histoire d'internet et l'écriture pour le web, avoir des connaissances en HTML et en conception de sites web pour une gestion efficace des contenus, entre autres thèmes relatifs à ce sujet. Bien que l'œuvre de Ward se présente comme un « manuel de suggestions », elle met cependant en évidence la nouvelle définition du journaliste à l'ère numérique, qui poursuit sa lancée depuis ses débuts dans les années 1990.

En France, un groupe de chercheurs s'attache à présenter le paysage médiatique de la presse régionale à l'ère numérique. Cette étude « a été mise en œuvre pour observer comment les entreprises de presse de proximité testeraient des scénarii de développement en utilisant dès aujourd'hui les potentiels de l'internet » (Damian *et al*, 2002 : 11).

« L'hypothèse centrale était la suivante : en minorant le poids de l'organisation industrielle, les entreprises de presse régionale sont contraintes de repenser leur place en tant que système d'information en relation avec un environnement proche. Le journal local n'est plus le seul à disposer d'un dispositif de production et diffusion de l'information qui contraint les acteurs politiques locaux à entretenir une négociation permanente avec ce puissant prescripteur d'opinion. La multiplication des discours utopiques sur « l'internet libertaire » a pu laisser penser que l'hégémonie de la presse locale pourrait être remise en cause par des acteurs locaux capables de rivaliser avec les groupes de presse dominants. Dans cette perspective d'une redistribution du pouvoir de l'information locale, on pouvait alors

supposer que l'internet justifierait de nouvelles alliances, de nouvelles synergies politiques et économiques » (Damian *et al*, 2002 : 11-12).

Dans une autre étude italienne, Staglianò (2002) introduit le thème de la presse numérique dans le Web 2.0, qui a fait couler tant d'encre, et se demande, entre autres interrogations déjà soulevées (par exemple, qu'est-ce qu'un journal en ligne ?), comment doit évoluer l'écriture pour les médias en ligne. Dans la lignée des travaux de Ward, cette étude rappelle qu'il n'y a jamais eu un trafic d'informations aussi important, et que le web requiert des journalistes adaptés à cette nouvelle situation et capables de relever les « défis surgissant de l'interaction sans précédent avec les lecteurs ». Staglianò affirme qu'il ne faut pas perdre cette opportunité d'améliorer la manière de faire du journalisme qui marque « le début d'une nouvelle ère plus complète et démocratique ».

On peut citer un important dossier réalisé en France en 2002, dressant un état des lieux de la presse en ligne dans ce pays. Dans son étude, Utard (2002) affirme :

« Pour l'instant, l'offre de presse en ligne ne dépasse pas le transfert sur le réseau de la version papier. À peu de chose près, la production de l'information ne s'inscrit pas dans les logiques du nouveau support et n'en exploite pas les potentialités. Cet état de fait est aggravé par la difficulté à trouver un modèle économique qui permettrait la métamorphose de l'offre. Cela dit, l'information est une construction sociale déterminée par des logiques contradictoires et des intérêts divergents. Internet n'est pas une rupture par rapport à une situation antérieure. Il n'est pas une solution aux difficultés, tensions, contradictions qui traversent l'activité de production et diffusion de l'information, mais un déplacement des problèmes dans un autre contexte qui modifie les positions relatives des uns et des autres, et les rapports de force. Aucun média n'a jamais remplacé ceux qui l'ont précédé. Le paysage médiatique est le lieu d'une redistribution jamais achevée des territoires. Au prix peut-être d'une redéfinition des identités, sans pour autant renoncer aux missions. On peut même imaginer un Internet démocratique » (Utard, 2002: 21-22).

En accord avec cette vision, nous affirmons que notre thèse s'inscrit précisément dans cette conception sociale des nouvelles technologies. Internet et la presse en ligne ne constituent pas des ruptures mais des continuations logiques de pratiques et de problématiques préexistantes. L'idée que justement son, image et texte (outils et expressions respectivement de la radio, de la télévision, de la presse écrite) convergent en un même support médiatique, obligeant à repenser le métier de journaliste et le rôle joué par les lecteurs, amènera peut-être la presse en ligne à faire l'hypothèse novatrice d'une nécessaire redéfinition des identités des participants du discours médiatique qu'elle promeut.

La majorité des travaux que nous avons cités jusqu'à maintenant, ainsi que ceux qui suivent, explorent d'une manière générale les mêmes idées relatives à l'exercice du journalisme et à la redéfinition de la presse. Ainsi, Gunter (2003 : VII) « examine l'augmentation de l'offre d'actualités sur internet et ses conséquences sur la présentation des nouvelles, la pratique du journalisme, les consommateurs d'information et la tâche de diriger les entreprises de presse. Il se penche tout particulièrement sur la migration des journaux vers internet, mais aussi sur la création de sites d'information d'autres entreprises de presse, notamment les radios et les agences de presse ».

Gunter (2003 : VII) analyse en outre « la croissance de la technologie en ligne comme représentant une source d'information et de loisirs pour les consommateurs de médias. Il cherche à savoir comment ce développement peut s'insérer dans les modèles de communication, et s'interroge sur l'apparente rareté de nouveaux modèles qui rendraient compte de l'utilisation, la fonction, l'efficacité et des répercussions des médias en ligne. Il se

penche également sur l'histoire de la diffusion électronique d'informations, faisant intervenir des technologies antérieures à celle d'internet ».

Même si cette étude sera de nouveau évoquée et approfondie dans le dernier chapitre de notre travail, il nous paraît indispensable de présenter la contribution de Díaz Noci et Salaverria (2003). Ils tracent, à travers les contributions de quatorze universitaires espagnols, les principales lignes directrices didactiques et conditionnelles pour l'élaboration d'une écriture journalistique adaptée au format numérique. Dix ans après leur apparition, les nouveaux médias paraissent exiger une écriture propre, un mode particulier pour exprimer son discours. Nous poursuivons avec un texte de référence de Salaverria (2005), dans lequel sont décrites les caractéristiques de l'écriture journalistique sur internet. Nous parlerons à nouveau, comme nous l'avons dit, de ces deux références bibliographiques dans le chapitre consacré à l'explication de notre modèle de théorisation de la coproduction journalistique. Nous avons cependant considéré qu'il était nécessaire de mentionner ces deux importantes contributions dans notre présentation des travaux de recherche antérieurs aux nôtres.

Pour sa part, Boczkowski (2004) montre, dans une étude où il explore la façon dont les journaux aux États-Unis ont développé des stratégies de mise en ligne, que les nouveaux médias ne surgissent pas d'une explosion résultant d'un changement technologique révolutionnaire, mais de la fusion des structures et des pratiques des médias existants avec les nouvelles possibilités techniques. À travers une perspective multidisciplinaire mêlant science, technologie, communication et s'appuyant sur diverses études, l'auteur retrace l'histoire récente de la publication numérique puis présente les résultats de trois projets innovants de la presse en ligne américaine, parmi lesquels on peut citer l'initiative du quotidien en ligne *Community Connection* du New Jersey, dans laquelle les utilisateurs

deviennent des producteurs de contenus. Son analyse de ces initiatives révèle comment l'innovation dans la presse en ligne est devenue un processus permanent conduisant, en fonction des différentes combinaisons de conditions initiales et de contingences locales, les journalistes et les éditeurs de presse vers des chemins différents dans la création de contenus.

Ihlström (2004), de son côté, « décrit et analyse l'évolution du genre de la presse en ligne depuis son apparition sur internet au milieu des années 1990. Sa thèse se fonde sur une approche synchronique et diachronique et, à travers une méthodologie multiple (interviews, questionnaires et analyse de sites web), elle tente de présenter un panorama complet de son évolution »¹⁸. Stovall (2004) présente les avantages de la presse en ligne (flexibilité, immédiateté, interactivité et continuité) dans le contexte du maintien des valeurs traditionnelles du journalisme. Sur l'interactivité, l'auteur affirme que les lecteurs peuvent devenir des sources d'information et conduire les journalistes vers de nouvelles formes d'investigation et de récit, faisant des récepteurs de leur message une communauté de « participants intéressés ».

De leur côté, Fogel et Patino (2005), selon une présentation de France Culture¹⁹, « décri[vent], illustre[nt] et analyse[nt] les conséquences du développement d'Internet pour la presse et défendent l'idée selon laquelle, loin d'être un média qui s'ajoute aux cinq déjà utilisés par les journalistes (livre, journal, cinéma, radio et télévision), le réseau mondial est le levier d'une transformation totale de la relation entre la presse et son audience ». Pour leur part, et suivant une approche socio-discursive, Ringoot et Utard (2005) définissent le journalisme comme une pratique évoluant constamment au gré des transformations qui surgissent dans les médias.

¹⁸ Cf. Université de Göteborg. <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/908>

¹⁹ Cf. <http://www.franceculture.fr/>

De même, Albornoz (2005) cherche à savoir comment les quotidiens en ligne de langue espagnole, à travers les contenus, services et langages, explorent et exploitent les possibilités offertes par internet. L'auteur étudie notamment les conditions d'accès imposées par les quotidiens en ligne aux lecteurs-utilisateurs potentiels, conditions que ces derniers doivent accepter s'ils souhaitent profiter des contenus d'informations et des services annexes proposés. Sur le plan théorique, cette étude s'interroge d'abord sur le concept d'industrie culturelle pour ensuite analyser les logiques et les modèles qui régissent leur fonctionnement.

Peticca (2005 : 5-11) évoque le sujet de la contribution des lecteurs à la construction en continu de l'information dont ils bénéficient. L'auteure utilise l'expression de « journalisme personnel » pour évoquer cette démarche spontanée du lecteur qui l'amène à exprimer ses idées, ses idéaux, des faits ou ses émotions.

Une autre étude (Salwen *et al*, 2005) explore, depuis la sociologie des médias, la convergence des médias imprimés et en ligne, ainsi que la réponse du public à cette nouvelle situation dans laquelle il se redéfinit lui-même comme acteur et consommateur. L'étude présente un panorama des journaux en ligne, les tendances de l'époque et les questions juridiques couvrant des sujets comme celui de la crédibilité ou de la perception des utilisateurs d'information en ligne. D'autres auteurs évoquent un nouveau modèle de journalisme de plus en plus revendiqué dans la société de l'information. On parle dès lors d'un « cyber-journalisme » (Meso Ayerdi, 2006).

Gillmor (2006) évoque un choc entre journalisme et technologie, dont les conséquences touchent les journalistes, les éditeurs de presse et le public. Comme dans

d'autres études de son époque, il affirme que, d'un point de vue journalistique, les contributions des lecteurs doivent permettre d'approfondir les informations en ligne. « Le 'journalisme citoyen' est un slogan lancé par Dan Gillmor [...] montre comment l'homme de la rue peut se substituer au journaliste professionnel dans la production d'information » (Dacos et Mounier, 2010 : 92).

De son côté, Sallinen (2007) dessine « les clés pour publier en ligne ». L'auteur parle d'abord des trois défis de la presse en ligne (2007 : 19-28) ; premier défi : élargir le marché des lecteurs ; deuxième défi : fidéliser les lecteurs ; troisième défi : différencier les contenus. Pour l'auteur, on doit transformer le lecteur en acteur parce que « bien que n'importe qui puisse publier instantanément et gratuitement en ligne, tout l'enjeu réside désormais pour la presse numérique à découvrir, puis à motiver et à accompagner certains de ses lecteurs à devenir à leur tour des blogueurs. Le but ? Drainer et fidéliser une audience. En fait, transformer le lecteur passif en lecteur actif va devenir l'une des préoccupations stratégiques des années à venir » (2007 : 47).

Des questions en ce qui concerne la formation des « nouveaux journalistes » surgissent en Espagne (Tejedor Calvo, 2007). On définit les caractéristiques de l'enseignement du journalisme en ligne et les objectifs qui, du point de vue académique et professionnel, sont considérés comme prioritaires dans la formation du cyber-journaliste, ainsi que le programme d'études adéquat. Dans le même ordre d'idées, Larrondo Ureta (2008), suivant une approche universitaire et pédagogique, affirme la nécessité de redéfinir les modèles théoriques dans la perspective de l'enseignement du cyber-journalisme. Selon l'auteure, « l'enseignement des techniques de rédaction hypertextuelles et multimédia, et donc des genres qui leur sont associés, sera une constante dans les prochaines années » dans les écoles de journalisme

(Larrondo Ureta, 2008 : 15). Ainsi sont analysées des modalités spécifiques comme le reportage et sa reconfiguration narrative à partir de l'hypermédia, sur la base d'une théorie de l'hypertexte.

Navarro Zamora (2007) affirme que « les nouveaux communicants sont en train de créer un nouvel espace dans lequel ils peuvent interagir et d'imposer leurs spécificités à ce média naissant. Leurs caractéristiques sont les suivantes : journalistes multimédia, anticipation des demandes des lecteurs, connaissances en informatique et en nouvelles technologies, exploitation d'internet en tant que source d'informations, journalistes interactifs » et donc *plus compétents*.

Estienne (2009) « inventorie le domaine du journalisme web en France » et « s'intéresse également à la problématique des métiers de l'information et du journalisme web, dont les frontières sont encore plus floues que celles du journalisme en général » (Degand, 2009 : 443).

« Face à l'hybridation des profils de journalistes web, la spécialité peine à se professionnaliser. Mais cette professionnalisation du journalisme web, aussi compliquée soit-elle, est-elle pour autant impossible ? Pour Estienne, la spécialité n'aurait pas encore été « saisie collectivement » par ceux qui la constituent. Il n'y a pas eu en amont le travail politique nécessaire à la mobilisation de la spécialité en tant que groupe professionnel, et ses membres s'identifient dès lors davantage globalement à la profession journalistique, et à leur entreprise de presse en particulier » (Degand, 2009 : 443-445).

Abuín Vences (2009 : 21) effectue, quant à elle, une profonde analyse de la publicité sur internet afin d'élucider les causes de son manque d'efficacité sur le web en général mais aussi sur la presse en ligne en particulier.

De son côté, Cabrera (2010: 164) affirme : « Dans leur tentative d'adaptation à ce que l'on appelle la société numérique, les médias expérimentent de nouvelles formes, toujours plus nombreuses, d'interactivité avec leur public ».

« La composante technologique est désormais présente dans tous les domaines de l'existence et a donné lieu à de nouvelles habitudes de consommation, ce qui a une incidence directe sur les relations entre le public et les médias. L'étude de la littérature existante sur les sujets qui nous occupent (interactivité, participation, convergence et audience) doit nous aider à comprendre le contexte dans lequel se produisent ces nouveaux paris interactifs ainsi que leurs tendances fondamentales » (Cabrera, 2010: 164).

Ainsi, « il est question de l'évolution, des applications, des perspectives et de l'importance de l'interactivité ».

Ngounou (2010), à partir du « contexte d'émergence de la presse en ligne au Cameroun » (« marqué par la suspicion et la méfiance, notamment des autorités qui ont moins de possibilités d'y appliquer la question fortement subjective d'ordre public »), montre que le cyber-journalisme représente « l'avenir » du journalisme. « Cela passe par l'exigence d'une formation » (« des connaissances et compétences spécifiques en terme de technique, de déontologie et de maîtrise du public »). « L'auteure pose par ailleurs les problèmes de la presse en ligne au Cameroun: accès limité aux réseaux, faiblesse des connexions, ordinateurs à puissance faible » (Linge, 2010).

Pour finir, Charon et Le Floch (2011), reprennent l'idée que les rôles de récepteur et de producteur de contenu sont mélangés dans la presse en ligne et introduisent une question

actuelle : malgré la multitude de sites d'information en ligne et un public substantiel, il n'est toujours pas possible de parler de « modèle économique viable ». Pour les auteurs, entre autres, la relation avec le public est capitale pour la survie d'un média. Ils s'interrogent également sur la définition de la presse en ligne selon ses différents formats (généraliste, spécialisée, magazine) et évoquent la nécessaire indépendance économique et éditoriale face à la présence toujours plus importante des moteurs de recherche d'actualités (Charon et Le Floch, 2011 : 117-119).

5. La presse en ligne dans le discours

Après la présentation de ces études qui ont précédé nos travaux, et aux approches disciplinaires variées, nous en arrivons à l'approche générale de l'analyse du discours, également vaste et transdisciplinaire. À cette fin, nous souhaitons rappeler cette définition des relations interdiscursives de Pisani et Piotet (2008: 35-36):

« Réduit à sa définition la plus simple, le web n'est en effet rien d'autre qu'un outil pour établir des relations (...) entre personnes, entre données ou documents et, le plus souvent, un hybride de tout cela. *LeMonde.fr*, par exemple, nous met en relation avec des articles. Ils sont eux-mêmes reliés à d'autres documents ou sites d'information par des hyperliens. Sur le même site, blogs et forums nous permettent d'entrer en contact directement avec les gens qui écrivent et avec ceux qui commentent et participent. Le modèle n'est jamais vraiment pur, mais il suffit de se pencher sur n'importe quel site un peu récent pour se rendre compte qu'il est omniprésent. Les relations sont « concrétisables » (le mot est paradoxal puisque nous sommes dans le virtuel) grâce aux liens (ou hyperliens) que nous pouvons activer. Ils sont le propre du web et en font toute la richesse ».

Les chercheurs estiment que, « depuis 2004, le web a donné lieu à l'émergence d'une nouvelle 'dynamique relationnelle' ». « Avec 'dynamique relationnelle', nous indiquons le

fait que cette dynamique sociale et technologique (participation plus effets de réseaux) est à l'œuvre dans l'établissement de relations entre personnes, groupes et données » (Pisani et Piotet, 2008 : 36).

Ces auteurs se réfèrent à la relation directe qu'établissent les professionnels de l'information (dans leurs salles de rédaction, avec leur recettes publicitaires, leurs modèles de vente) et les blogueurs (qui, sans aucune stratégie de recherche de revenus, « analysent et partagent des informations en temps réel ») « avec les lecteurs qui commentent », nuancent et « enrichissent le contenu dans un vrai mouvement participatif » (Pisani et Piotet, 2008 : 36-37).

Chantepie et Le Diberder (2005 :109) exposent quant à eux les caractéristiques du *consommateur-créateur* : « Le mouvement le plus profond, celui qui aura sans doute le dernier mot, est celui des consommateurs des programmes des industries culturelles, de plus en plus nombreux, de plus en plus équipés d'instruments de reproduction et aussi de production, et de moins en moins disposés à n'être qu'un simple 'public' ».

Dans ce contexte, Rebillard (2010) a décrit les mécanismes qui rendent compte du phénomène du journalisme participatif, « synonyme d'échappatoire à l'emprise étouffante des médias de masse et de liberté de parole redonnée aux citoyens (*citizens reporters*), [... conséquence de] « l'intervention de non-professionnels du journalisme dans la production et la diffusion d'informations d'actualité sur l'Internet » (Rebillard, 2010: 354).

Mais Rebillard se demande aussi « comment la contribution de non-professionnels du journalisme s'intègre-t-elle à la production et à la diffusion d'informations d'actualité sur

l'Internet » (2010 : 354). Cette question conduit l'auteur à définir « participation amateur dans le contexte du Web 2.0 ». Il tente d'en présenter, à travers une démarche « de nature socioéconomique », « les principaux développements à des fins de clarification conceptuelle » et de « comprendre la place du journalisme participatif au sein d'une configuration d'ensemble, dans son articulation avec l'activité d'infomédiation [...], ou dans sa compatibilité avec une 'économie de la gratuité' minorant l'accès payant à l'information d'actualité ».

Cependant notre travail s'éloigne un peu de cette définition du journalisme participatif. Les lecteurs qui commentent les informations de la presse en ligne n'agissent pas selon un principe formellement journalistique. Leurs créations se rapprochent plutôt, comme l'indique Polomé (2009), de « l'article Internet 2.0 »:

« Chantier permanent, l'article Internet 2.0 est aussi l'œuvre de ses lecteurs. À tous moments, ceux-ci peuvent publier un commentaire, une réaction. Ils expriment ainsi leur opinion, mais peuvent, par ce biais, proposer une correction ou une précision. L'article, grâce à l'interactivité, devient perfectible. Cet aspect est à double tranchant, car les commentaires, souvent, ne servent que de prétextes à des prises de bec entre internautes (plus ou moins violentes) et entraînent l'intervention d'un modérateur [...]. Les lecteurs eux-mêmes sont devenus journalistes puisqu'ils ont la possibilité de mettre en ligne les articles de leur plume, qu'ils soient factuels ou d'opinion, plus ou moins réussis » (Polomé, 2009 : 17).

Cette conception discursive, déjà décrite précédemment, nous rapproche donc de notre sujet d'étude appréhendé selon l'approche sémiolinguistique que nous avons choisie. Il convient de rappeler certaines références essentielles, comme celle de Touboul (2010), qui détermine grâce à l'analyse du discours que « le phénomène de la participation (dans la presse électronique) est intégré aux stratégies marketing et contribue à redéfinir la fonction des journalistes au sein des médias en ligne ».

De la même façon, à travers une analyse macrostructurale sémantique de la presse digitale, Martínez Vizcarrondo (2006) affirme que le support digital permet aux journaux la diffusion globale de leurs discours. L’auteure rappelle que les macrostructures sémantiques (topiques) sont, possiblement, les structures du discours avec le plus d’effets sur la construction et le traitement des modèles mentaux (représentations d’objets, actions, sujets). Les macrostructures ou topiques sont des présuppositions globales qui découlent (à travers des mécanismes ou stratégies de compréhension ou production) de propositions locales du discours ou du modèle de l’événement. Elles contiennent l’information la plus importante selon le critère des participants de l’acte verbal. En général, si le lecteur n’a pas une lecture alternative du discours, ce sont les topiques qui dirigent le modèle de l’événement pour faciliter le processus de compréhension. Dans ce sens, les topiques signalent au récepteur du discours où se trouve l’information la plus importante.

Ces questions montrent la portée proprement discursive de la presse en ligne. Tarazona (2011) évoque trois acteurs dans la mise en scène du discours informatif : les *promoteurs*, les *assembleurs* et les *consommateurs*. Les premiers sont ceux qui déclenchent l’événement discursif (dans notre cas : Hugo Chavez, les élections présidentielles au Venezuela). Les assembleurs sont les journalistes, l’équipe de rédaction d’un journal en ligne. Les consommateurs, bien entendu, sont le public lecteur. Pour Tarazona, la façon dont la presse en ligne organise le discours informatif fait que les assembleurs et les consommateurs se mélangent, transformant les lecteurs en de véritables producteurs d’information. Les opinions exprimées, qu’elles convergent ou qu’elles divergent entre elles, peuvent ensuite donner lieu à la création de blogs et de forums. « Un événement donné devient ainsi un problème public » (Tarazona, 2011).

6. Résumé

Comme nous l'avons observé, les débuts de la presse en ligne peuvent être considérés comme récents. À peine vingt ans nous séparent de la création des premiers journaux numériques. Il paraît normal que, à ses débuts, internet n'ait pas été perçu comme un média adéquat au service d'une stratégie de captation d'un nouveau public et de la mise en valeur des contenus existants. « Au tout début, la publication en ligne était plutôt conçue comme un jeu sans véritable enjeu » (Estienne, 2007 : 57).

Pour Estienne (2007), l'informatisation de la production des journaux constitue la « préhistoire » de la presse en ligne. Cet auteur, qui met surtout l'accent sur la réalité économique et sociologique des médias web, rappelle que « au cours des années 1980 et 1990, le monde de la presse écrite est traversé en profondeur par d'importants changements techniques et organisationnels » (2007 : 58). Avec des procédés modernes de fabrication et l'informatisation des rédactions, « certains métiers se sont rapprochés et ont parfois fini par fusionner ».

Nous retenons de Díaz Noci et Meso (1998) la présentation de l'histoire et des caractéristiques de la presse en ligne. Multimedialité, rupture de la sequentialité (hypertexte et hypermédia), rupture de la périodicité et interactivité sont les quatre principaux marqueurs d'identité d'un modèle médiatique qui a été principalement étudié en France, en Espagne et aux États-Unis, avant tout selon des approches socio-économiques et socio-discursives, et ce afin d'établir les nouvelles stratégies communicationnelles que journalistes et lecteurs doivent

comprendre pour participer efficacement au processus de production de sens du dispositif médiatique.

Chapitre 3

Le discours journalistique dans la communication médiatique

On pourrait peut-être affirmer que la communication est l'activité humaine ayant le plus de répercussions sur la vie, la culture et la société. Certains auteurs l'ont définie comme un processus consistant à transmettre des messages (idées ou émotions) à travers des signes communs aux émetteurs et aux récepteurs, et provoquant une réaction ou un effet immédiats. En raison de son importance, de nombreuses études et analyses ont été réalisées au cours des soixante-dix dernières années. Ces travaux ont principalement été menés à travers deux approches : l'approche positiviste et l'approche critique.

La première d'entre elles rejoint la méthode générale des sciences naturelles et définit les phénomènes sociaux comme dépendants de lois universelles immuables, de la même manière que les phénomènes naturels. Selon cette approche, le scientifique doit adopter une position totalement neutre. L'école positiviste s'est développée principalement aux États-Unis et parmi ses représentants on compte Lasswell, Schramm, Lazarsfeld, Berlo, Katz, McQuail et McCombs (Lozano, 1992: 24).

La seconde approche analyse, préalablement à l'étude de la communication, les caractéristiques des sociétés actuelles et se penche sur les inégalités économiques, éducatives,

de pouvoir et de contrôle dans les différents systèmes contemporains. Devant le fossé existant entre les riches et les pauvres et entre les élites politiques et les groupes défavorisés, elle s'interroge sur le rôle de la communication dans le maintien des systèmes de pouvoir. Il s'agit là de l'approche de la célèbre École de Francfort, dont on peut citer, parmi les principaux représentants, Adorno, Marcuse, Horkheimer, Habermas, mais aussi Althusser, Gramsci, Barthes, Williams et Hall (Lozano, 1992: 32).

Avant de décrire les caractéristiques du discours journalistique sous l'angle du contrat de la communication médiatique (Charaudeau, 2003), nous présentons brièvement ci-dessous différents modèles traditionnels de la communication. Ces modèles sont conçus, dans une certaine mesure, comme le reflet d'un processus intégral et dynamiquement relié à la structure sociale qui s'est dégagée de la société d'après-guerre, et tentent de rendre compte du développement des médias de masse et de ses implications sur la société (Pineda, 1979: 45).

1. Modèles traditionnels de communication

Les principaux théoriciens positivistes comme Lasswell [1930], Shannon et Weaver [1948], Schramm [1954], Berlo [1960]²⁰, mènent leurs investigations dans des domaines aussi divers que la sociologie, la psychologie, la propagande et la publicité. Les résultats de leurs analyses ont été utilisés pour mettre au point certaines techniques de contrôle, de manipulation et de persuasion du public à travers le conditionnement et la diffusion de messages dans les médias, et ce afin de provoquer un effet déterminé sur le public récepteur.

²⁰ Les dates entre crochets se réfèrent aux ouvrages suivants : de Lasswell, *Psychopathology and Politics*, (1930; nouvelle impression en 1986); de Shannon et Weaver, *Théorie mathématique de la communication*, article publié en 1948 dans la revue scientifique *Bell System Technical Journal*; de Schramm, *Process and Effects of Mass Communication*, (1954), texte dans lequel « la communication est décrite comme un processus non linéaire mais bien plutôt circulaire, dans lequel l'émetteur et le récepteur ont un statut théorique symétrique, c'est-à-dire, avec une capacité dynamique d'interlocution et de dialogue »; de Berlo, *The Process of Communication* (1960).

Les réponses de ce dernier aux messages envoyés commencent ainsi à être prises en compte dans la théorie de la communication. Les chercheurs cherchent alors à quantifier et à contrôler l'efficacité du message et la réalisation de l'effet recherché. Ainsi a été introduit le concept de rétroaction ou feedback (Pineda, 1979: 87).

Les éléments essentiels du processus communicationnel, l'*émetteur* et le *récepteur*, constituent l'axe autour duquel gravitent les modèles traditionnels, qui cherchent à rendre compte par un schéma déterminé des transformations de la société. Le modèle représentant le processus communicationnel entre deux personnes ou plus, constitué d'un émetteur qui envoie un message à travers un media ou canal à un récepteur, qui devient également émetteur (car les deux interagissent), laisse place à un modèle dans lequel ce processus englobe désormais des millions d'utilisateurs. Le schéma initial se transforme pour s'adapter aux exigences de la « communication de masse » (Pineda, 1979: 45).

Lasswell est le premier à présenter en 1930 un schéma explicatif des nouvelles dimensions de ce processus dans son Diagramme Communicationnel, fondé sur la rhétorique aristotélicienne ou art de la persuasion. L'émetteur ou le *qui*, le locuteur, est représenté dans ce diagramme par la classe *dite* dominante, qui émet un message conçu en vue d'obtenir l'effet de persuasion recherché chez le récepteur ou interlocuteur. Ce modèle a été élargi et complété par les modèles communicationnels qui sont apparus par la suite.

Shannon et Weaver développent en 1947 un modèle cybernétique présentant l'émetteur comme une machine transcriptrice qui envoie des signaux (messages) à une autre machine réceptrice. De son côté, Schramm, en 1950, avance l'idée que l'émetteur et la source sont une seule et même personne, à laquelle il revient de codifier le message en fonction de

symboles et de signaux qui seront déchiffrés par le récepteur. Codificateur et dé-codificateur, selon ce modèle, sont alors les éléments clés garantissant l'efficacité du processus (Pineda, 1979: 92).

Suivant cette même logique, Schramm propose un second modèle : le modèle dit « Tuba » ou modèle de communication collective, dans lequel l'émetteur du message garde un rôle prépondérant, soutenu en cette occasion par l'arrivée des nouveaux médias électroniques. Il définit l'émetteur comme premier responsable du message, qui peut être par exemple une entreprise de presse, chargée de codifier le discours. Ainsi, les dirigeants du média représentent l'émetteur et le communicant, le journaliste étant quant à lui le codificateur ou le chiffeur.

Ces conceptions ont été complétées en 1960 par David Berlo, auteur du modèle psychologique de la communication, qui met en évidence l'utilisation d'outils et de mécanismes permettant d'obtenir un effet de persuasion chez le récepteur. L'émetteur, comme dans d'autres modèles, est à l'origine du processus communicationnel et décide de la forme et du contenu du message que recevra le récepteur (Pineda, 1979: 115).

La plupart des modèles présentés n'ont pratiquement donné aucun rôle au récepteur, le définissant comme une masse amorphe et passive destinée simplement à recevoir le message et incapable de participer à un échange communicationnel authentique, puisque la possibilité d'envoyer de l'information et des messages n'est exclusivement donnée qu'au communicant-émetteur. Le rôle du récepteur est ainsi réduit à la simple acceptation de messages et à l'émission de réponses en accord avec les intérêts de l'émetteur.

Les penseurs critiques viennent s'opposer à ces concepts positivistes. Habermas (1992 :178) développe par exemple la notion d'« espace public » en observant que « la déstructuration par les mass-médias des frontières sociales [...] s'accompagne d'une multiplication des rôles plus spécifiés, d'une pluralisation des formes de vie et d'une individualisation des projets de vie ». Il ajoute :

« Le déracinement va de pair avec la construction d'appartenances et de rattachements communautaires propres, le processus d'égalsation va de pair avec l'impuissance face à la complexité et opacité des systèmes. Ce sont donc plutôt des développements complémentaires qui s'imbriquent. Ainsi, les mass-médias ont aussi, à d'autres niveaux, des effets opposés. Nombre d'entre eux portent à croire que le potentiel démocratique de l'espace public, dont l'infrastructure est marquée par ces contraintes de sélection croissantes produites par la communication électronique de masse, est frappé d'ambiguïté » (Habermas, 1992 : 187-188).

Habermas a bien sûr été un important représentant de l'École de Francfort, courant qui, selon Assoun (2001 : 7), « au sens strict, [...] s'agirait d'une École de "philosophie sociale", née de la réorganisation de l'Institut de recherche sociale [de Francfort] par Horkheimer en 1931 ». En outre, « au carrefour de la philosophie et de la sociologie, de la théorie de la culture, de l'esthétique et de la philosophie de l'histoire, l'École de Francfort est un élément majeur de la pensée contemporaine. [Le] bilan de ses activités, aide à penser la condition du "sujet" au seuil du nouveau siècle », Assoun (2001).

Mais le fait de regrouper sous la même enseigne toutes ces différentes théories a été considéré comme une erreur. Cependant, les apports de l'approche critique à l'étude de la communication humaine ont permis de contribuer à une vision structuraliste du langage dans les médias. Il convient ici d'évoquer Greimas (1983), auteur de contributions importantes à la théorie de la sémiotique, qui a conçu une sémiotique structurale fondée sur les travaux de

Saussure et Hjelmslev. De son côté, Barthes (1965), également l'un des représentants de l'école structuraliste, fut lui-aussi influencé par Saussure, Benveniste, Jakobson, Lévi-Strauss et Hjelmslev, sur lesquels il s'appuie pour soutenir que les éléments de la sémiologie sont issus de la linguistique structurale (la langue et la parole ; le signifié et le signifiant ; le syntagme et le paradigme ; la dénotation et la connotation).

Après cette brève présentation des théories de la communication, qui n'est ni exhaustive ni définitive, et souhaitant fonder nos postulats sur l'analyse structurale et sémiolinguistique, et donc critique, du discours journalistique, nous avons considéré qu'il nous fallait replacer nos travaux dans le cadre des études sur les médias, dont les idées principales, selon Charaudeau (2003 : 13-17), s'appuient sur les principes suivants :

« Les médias ne sont pas une instance de pouvoir. Ils n'ont pas le pouvoir d'édicter des lois ni les moyens d'exercer une contrainte ou d'imposer des normes morales ».

« Les médias manipulent autant qu'ils se manipulent. Pour obtenir le plus possible de lecteurs, ils doivent susciter l'intérêt du destinataire de l'information, mais aussi l'émouvoir. Cela conduit les médias à formuler une hypothèse basse ou une hypothèse haute sur le degré de savoir d'un lecteur d'une information ».

« Les médias ne transmettent pas ce qui se passe dans la réalité sociale, ils imposent ce qu'ils construisent de l'espace public. L'information est essentiellement affaire de langage et le langage n'est pas transparent. Les médias sont le spectacle de la démocratie, ce qui, paradoxalement, est une nécessité ».

Charaudeau (2003 : 15) nous rappelle que « trois sphères constituent les sociétés démocratiques : la sphère du politique, la sphère du civil et la sphère des médias. Elles interfèrent les unes dans les autres sans que l'on puisse savoir laquelle prédomine ». Nous pensons que les médias constituent, en réalité, une magnifique machine productrice de

discours, textes et sens. Nous considérons également qu'une analyse linguistique peut se révéler insuffisante si l'on ne tient pas compte des conditions psycho-sociales qui déterminent ces discours (Charaudeau, 2003).

Pour cette raison, nous pensons qu'il nous faut présenter les caractéristiques essentielles du contrat de la communication médiatique, dans lequel s'inscrivent nos travaux, ainsi que de la communication médiatisée par ordinateur (CMO) en tant que dispositif fondamental grâce auquel la presse en ligne diffuse et (re)produit ses discours.

2. Le contrat de la communication médiatique

2.1. La notion de contrat dans les sciences sociales

Il nous semble cependant nécessaire au préalable de présenter brièvement le concept de contrat, récurrent dans l'histoire des sciences sociales. Cela nous permettra d'expliquer pourquoi nous avons choisi le contrat de la communication médiatique comme cadre d'analyse et de compréhension des discours générés par la presse en ligne.

Nous mettons volontairement de côté les classiques grecs car les conceptions platoniciennes et aristotéliennes se retrouvent d'une certaine manière dans les visions du contrat qui nous intéressent. Nous évoquerons donc les modernes, principalement Locke et Rousseau.

Dans le champ de la philosophie politique, Ricci (2008) rappelle que pour Thomas Hobbes (1588-1679) l'homme est un être craintif et condamné par le poids de ses propres appétits. La solution consiste à souscrire un contrat de soumission, dans lequel les hommes

renoncent à leurs droits naturels en échange de la paix, cette dernière n'étant possible que grâce à l'intervention d'une entité toute-puissante, un Léviathan, un État totalitaire.

Toujours selon Ricci (2008), la notion de contrat de soumission évolue ensuite vers une forme de pouvoir plus limité et élaboré par consensus. Dans le contrat social selon John Locke (1632-1704), les hommes ne peuvent pas abandonner leurs droits naturels aux caprices d'un État tout-puissant. La nécessité d'une modération, trouvant sa source dans la Grèce antique, semble logiquement s'imposer. Les fonctions sociales de l'État se répartissent en trois pouvoirs dont les rayons d'action sont contenus à l'intérieur de certaines limites. L'État représente ainsi une entité à laquelle la société confie le pouvoir pour le bien commun. Ce pouvoir peut être retiré aux gouvernants s'ils s'écartent des engagements définis.

Ces rappels sont cruciaux. Ils permettent de comprendre celle qui représente peut-être la meilleure expression du contrat social dans l'histoire des idées politiques, celle de Jean-Jacques Rousseau (1712-1778). Dans son œuvre, dans laquelle on perçoit toutefois une « contradiction permanente entre passion et raison, entre monde désiré et réalité vécue » (Ricci, 2008: 231), la liberté est restituée à l'homme ainsi que son droit à l'égalité. Le contrat de Rousseau est une « formule juridique où triomphent l'égalité (condition de la validité des engagements contractuels) et la liberté (puisque chacun ne souscrit qu'aux obligations qu'il accepte) » (Ricci, 2008: 226). Ainsi, dans l'histoire des idées, c'est Rousseau qui « fait contracter les hommes entre eux » (Ricci, 2008: 226). C'est, selon lui, à travers la Volonté générale qu'une organisation collective des sociétés est possible. Ricci (2008: 231) rappelle cependant que si Rousseau « a contribué à creuser davantage la notion de démocratie, il a débouché sur une conception totalitaire ».

Ces rappels nous permettent de formuler cette évidence : les membres d'une société souscrivent des contrats entre eux. Ces sociétés sont généralement constituées de deux grandes instances : celle du pouvoir (qu'il soit absolu ou démocratique et modéré) et celle constituée des individus qui la composent (les souverains, les gouvernés ou citoyens). Le but étant d'organiser la vie de la société en fonction d'une finalité désirée : la paix, la fin de l'anarchie, l'égalité, la liberté.

On pourrait affirmer que des idées politiques aux sciences de la communication il n'y a qu'un pas. Calsamiglia et Tusón (1999: 157-158) rappellent que « la communication suppose un accord préalable entre les sujets qui sont disposés à interagir ». Les modèles théoriques de la communication que nous avons présentés illustrent cette affirmation. Issus de différentes disciplines, divers spécialistes de la communication, sociologues et linguistes analysant « l'interaction verbale depuis une perspective sémiotique » (Calsamiglia et Tusón, 1999: 157) s'accordent à parler de « contrat de communication ».

Ríos Espinosa (2002: 215), faisant le compte rendu d'une œuvre de la philosophe espagnole Adela Cortina, affirme que « le contrat est le fondement de la société politique ». Cette idée peut s'appliquer également à la société médiatique. Nous pouvons à ce sujet évoquer plusieurs contributions fondamentales. Tout d'abord, le *contrat de lecture* proposé par Verón :

« La relation entre un support et sa lecture repose sur ce que nous nommerons le contrat de lecture. Le discours du support d'un côté, et ses lecteurs de l'autre. Ce sont là les deux « parties », entre lesquelles s'établissent, comme dans tout contrat, un lien, celui de toute lecture. Dans le cas des communications de masse, c'est le média qui propose le contrat. Le succès d'un support de presse écrite se mesure à sa capacité à proposer un contrat qui s'articule aux attentes, aux motivations, aux intérêts et aux contenus

de l'imaginaire social ; de faire évoluer son contrat de lecture pour s'adapter à l'évolution socio-culturelle des lecteurs tout en préservant ce lien ; de modifier son contrat si la situation l'exige, en le faisant de manière cohérente » (Verón, 1985).

Pour Jost (1997), dans le champ de la communication audiovisuelle, un produit audiovisuel, élaboré par un émetteur, doit faire ses preuves auprès du récepteur, le spectateur, qui manifeste des attentes particulières. C'est, à grands traits, le *contrat de promesse*. Bitonte et Demirdjian (2001: 117) l'expriment en ces termes : « Tout programme [de télévision et, par extension, toute émission médiatique] suppose une promesse ». Jost (1997: 28) affirme que le genre d'un programme, « comme catégorie de réception, est une promesse qui est spécifiée par le type de flux, par un mode énonciatif, par un ton, et [...] ses modes de discours ».

Calsamiglia et Tusón (1999: 158) évoquent le principe conversationnel de Grice et celui de la négociation comme conditions du processus énoncé par Gumperz. À l'instar de ces auteurs, nous nous concentrons sur le contrat parce qu'« il se réfère spécifiquement à l'identité sociale des participants, non tant *per se*, mais en tant qu'il s'imbrique dans le rôle communicatif qu'ils jouent ». Le contrat défini par Charaudeau est donc, toujours selon Calsamiglia et Tusón (1999: 158), « un accord entre les participants en vue d'un acte communicatif, dans lequel s'insèrent les caractéristiques psychosociales et linguistiques et à partir duquel des positions sont prises et des rôles particuliers assignés à chaque participant pour leur action linguistique-discursive ».

Cette conception doit à l'évidence beaucoup aux propositions de Greimas (1966), que nous avons déjà évoqué et que nous évoquerons à nouveau par la suite, et pour qui, d'après la sémantique structurale, les sujets appelés syntactiques (porteurs d'un programme narratif) possèdent une dimension conflictuelle de nature polémique-contractuelle. A travers ce conflit

s'établissent des échanges et divers contrats relevant de concepts comme la manipulation et la séduction. La sémiotique greimassienne, dans les années 1970, s'est en effet efforcée d'établir de la meilleure manière possible une typologie des manipulations (Parret, 1999: 47). L'impact de ces réflexions sur les recherches dans le domaine du discours et de la communication a été important. Nous pouvons par exemple citer Soulages et Lochard (1998) qui analysent également la question de la communication télévisuelle sous l'angle du contrat, dans lequel s'établit un principe de régulation entre l'instance de production et l'instance de réception.

Il nous a semblé utile de présenter la notion de contrat dans les sciences sociales, au carrefour de la philosophie politique, de la linguistique et de la communication. Nous avons souhaité montrer le lien particulier qui unit notre positionnement théorique à notre objet d'étude et aux cadres d'analyse éventuels qui découleront de nos hypothèses, selon qu'elles seront ou non validées.

2.2. Le contrat dans la presse en ligne

Toute situation communicative a donc un cadre de référence. Dans le contexte de notre étude, il s'agit d'une situation qui pourrait bien s'inscrire dans la lignée de la communication médiatisée par ordinateur, que nous allons présenter par la suite. La situation communicative dans la presse en ligne, comme dans tout média de masse, s'organise autour d'un *émetteur* (que nous appellerons directement le *journaliste web*, qui représente toute l'équipe journalistique de la rédaction d'un journal en ligne) et d'un *récepteur*, constitué par un *ensemble de lecteurs-auteurs* (Rebillard, 2007) qui sont à la fois commentateurs et participants, entités actives dont l'identité, cependant, reste habituellement anonyme. Il semble en effet que ce qui est important dans la presse en ligne c'est moins ce que le récepteur *est* que ce qu'il *dit*.

Cette situation, selon Bolívar (2007b : 253) donne lieu à une mise en scène du discours qui se réalise à travers trois catégories observables : 1) l'interaction (dite sociale) ; 2) les deux participants (déjà mentionnés) ; et 3) le texte. L'*agir communicationnel* (Franco, 2004: 41) peut être défini comme l'interaction d'au moins deux sujets qui possèdent la faculté du langage et qui souhaitent établir une relation interpersonnelle. Dans le contexte du journalisme en ligne, nous pensons que cette interaction peut être de deux types: 1) directe, quand par exemple, et surtout, le lecteur a la capacité de réagir face à un texte journalistique, d'exprimer son avis et même d'interagir avec d'autres utilisateurs qui participent au forum du média numérique ; 2) indirecte : elle est alors exprimée dans l'interprétation personnelle du discours journalistique, dans le parcours sémiologique du modèle communicatif, dans le processus de transaction du contrat de communication, dans la quête de l'idée présente dans le texte.

Cependant l'objectif visé par ces deux processus d'interaction est le même : sémiotiser les références, leur donner un sens au travers des unités choisies, les revêtir d'une armature ou carapace syntaxique. « Le langage présente son authentique et vrai sens dans la communication ; sa fonction première est l'interaction communicative » (Franco, 2004: 34). Ainsi, seul le concept d'agir communicationnel « présuppose le langage comme un médium d'intercompréhension » (Habermas, 1989: 137).

C'est pour cette raison que Habermas (1989: 193), selon nous, développe dans les termes de la pragmatique formelle la notion d'agir communicationnel. Selon lui, pour établir rationnellement les règles universelles et les conditions de possibilité des actes de parole, il

faut recourir à la sémantique formelle, à la théorie des actes de parole et à d'autres concepts de la pragmatique du langage.

« La pragmatique c'est donc l'usage que les communicateurs font des signes et en particulier des signes linguistiques » (Trognon et Larrue, 1994: 11). La pragmatique s'intéresse en même temps à ce qui est dit, le *locutoire*, à ce qui est fait, l'*illocutoire*, ainsi qu'aux effets de ce qui est dit et fait, le *perlocutoire*. La notion de situation est centrale en pragmatique : on n'utilise pas les mêmes énoncés dans des situations différentes, on n'y fait pas les mêmes choses, on n'y poursuit pas les mêmes objectifs (Trognon et Larrue, 1994). « La pragmatique étudie plutôt l'intention sous-jacente de celui qui prend la parole et, par extension, l'effet produit par ces énoncés sur l'autre » (Moirand, 1990: 143).

Ainsi, toujours en nous appuyant sur Habermas, nous divisons l'acte linguistique en quatre types : *communicatif* (le dialogue), *constatatif* (le monde extérieur), *représentatif* (le sujet qui parle), *régulateur* (la sphère de la société, la norme sociale). Cette présentation de la pragmatique nous permet également de citer les trois actes de parole : action instrumentale, action stratégique, agir communicationnel. Le choix d'inscrire cette étude dans le cadre théorique du contrat de la communication médiatique nous amène à expliquer ses caractéristiques afin d'y placer notre problématique.

2.3. Des instances et processus

Le contrat de la communication a été défini par la transformation d'un événement dit « brut » interprété par une instance médiatique, qui le transforme en événement dit « construit ». Entre l'instance médiatique et l'instance réceptrice, on peut observer un processus de transaction, dans lequel l'émetteur détermine les caractéristiques de son

événement construit à partir de ce que son récepteur a, selon lui, besoin de savoir. L'instance réceptrice finit par structurer à sa manière l'événement interprété (Charaudeau, 2003).

Événement brut interprété < Instance médiatique> Texte journalistique (événement construit) < Instance réceptrice> Événement interprété
 {Processus de transformation} {Processus de transaction}

Dans la presse en ligne, nous observons tout d'abord que le contrat suit le même parcours. L'instance médiatique s'occupe de transformer ce « monde à décrire » en un « monde décrit ». Cependant, en suivant nos hypothèses, nous pouvons dire que ce processus de transformation dépend en même temps de la façon dont l'instance médiatique « imagine » son instance réceptrice, qui a la capacité de réinterpréter l'événement construit à sa façon. Le contrat, selon Charaudeau (2003 : 78-83), décrit la machine productrice de sens, caractérisée par ses données *externes* et *internes*. Dans le premier cas, cet auteur nous parle d'une information sémiologique (extralinguistique) qui se donne à travers l'ensemble des comportements sociaux. Il s'agit des conditionnements situationnels présents dans tout acte de communication.

Charaudeau (2003) définit ces conditionnements selon la finalité, l'identité et le thème :

Condition de finalité. « Tout acte de communication doit être organisé en fonction d'un but, d'un objectif » Charaudeau (2003 : 79). La presse en ligne a pour but, en passant « de l'écrit à l'écran » (Lochard et Boyer, 1998), de partager un savoir inconnu de son lecteur, ou plutôt de le compléter ou de l'actualiser. Dans la communication médiatique, cependant, « le but consiste à essayer de faire entrer l'autre dans sa propre intentionnalité » Charaudeau

(2003 : 79). En suivant cet auteur, on remarque quatre types d'objectifs, qui peuvent d'ailleurs se combiner :

Factitif : le « faire faire ». Il s'agit d'amener l'autre à agir d'une façon précise (Charaudeau, 2003 : 79).

Informatif : le « faire savoir ». Il s'agit de transmettre un savoir à quelqu'un dont on suppose qu'il ne le possède pas (Charaudeau, 2003 : 79).

Persuasif : le « faire croire ». L'objectif est d'amener l'autre à penser que ce qui est dit est la vérité (Charaudeau, 2003 : 79).

Séducteur : le « faire sentir », où l'on cherche à provoquer chez l'autre un état émotionnel agréable ou désagréable (Charaudeau, 2003 : 79).

Condition d'identité. « Tout acte de communication dépend des sujets qui y participent » (Charaudeau, 2003 : 79) et de leurs caractéristiques psychologiques et sociales. L'identité des journaux relève de leurs propriétaires, qui y impriment leur ligne éditoriale, mais aussi de la communauté des lecteurs qui, de leur côté, s'identifient au média tout en lui apportant en même temps une partie de leur personnalité.

Condition thématique. « Tout acte de communication est construit autour d'une sphère du savoir, une façon de diviser le monde en un univers de discours thématiques » (Charaudeau, 2003 : 79). La presse en ligne, à l'instar de son homologue papier, a pour mission de devenir

une sorte d'écho ou miroir de la réalité, où le récepteur peut regarder *tout* ce qui se passe autour de lui.

Condition de dispositif: « L'acte de communication est construit d'une façon particulière selon les circonstances physiques dans lesquelles il a lieu » (Charaudeau, 2003 : 79). Notre cadre d'étude, par exemple, est très influencé par les nouvelles technologies de l'information et les notions d'instantanéité, de participation ainsi que par les concepts proposés par la communication médiatisée par ordinateur.

Si, pour ce qui est des *données externes*, Charaudeau nous parle de *conditionnements situationnels*, pour les *données internes* nous avons affaire aux *conditionnements discursifs*. Ces derniers se divisent, selon Charaudeau (2003 : 81), en trois espaces de comportements linguistiques :

Espace de locution. « Le sujet justifie sa prise de parole (au nom de qui il parle) et cherche à s'imposer mais aussi à s'identifier au destinataire de son discours » (Charaudeau, 2003 : 81).

Espace de relation. « Le sujet, suite à la construction de sa propre identité comme entité parlante et à celle de son interlocuteur, établit des relations de force ou d'alliance, d'exclusion ou d'inclusion, d'agression ou de connivence » Charaudeau (2003 : 81).

Espace de thèmes. « Lieu où sont traitées et organisées les sphères du savoir, les thèmes faisant partie du processus de transaction, qui sont aussi prédéterminés par les

instructions contenues dans les exigences situationnelles ou introduites par les participants dans la relation établie » Charaudeau (2003 : 81).

« Pour résumer, le sujet parlant prend possession du thème imposé par le contrat. Il peut l'accepter, le refuser, le déplacer ou en proposer un autre. En d'autres termes, il choisit un 'mode d'intervention' (diriger, reprendre, continuer) et organise ce champ thématique selon un 'mode d'organisation discursive' particulier : descriptif, narratif, argumentatif, en suivant encore une fois les instructions données par les conditionnements situationnels » (Charaudeau, 2003 : 81).

Les processus de transformation et de transaction entre les instances médiatiques et les instances réceptrices s'inscrivent, comme nous l'avons vu, dans un contrat déterminé par les conditions dans lesquelles l'information est mise en scène ainsi que par les opérations que nous venons de décrire. L'espace de stratégies permet en outre à l'instance médiatique de spécifier son projet de parole. Il nous semble ainsi possible d'appliquer les postulats principaux du contrat de communication à la presse en ligne: pour étudier le discours produit, nous devons décrire « les conditionnements situationnels (externes) et discursifs (internes) avant d'étudier les singularités de ses textes, qui sont identifiables et capables de produire un vrai sens en relation avec ce qui les surdétermine » (Charaudeau, 2003 : 82).

Il est cependant à priori possible de relever certaines caractéristiques particulières qui pourraient modifier la structure essentielle du contrat :

—L'instance médiatique transforme d'une façon *certaine* un événement brut en un événement construit, non pas à partir de ce qu'il présuppose de l'instance réceptrice, mais à partir des réinterprétations de l'événement brut et de l'événement construit par l'instance réceptrice, devenant par là-même une instance médiatique ou une réplique de celle-ci.

Événement brut interprété < Instance médiatique> Texte journalistique (événement construit) < Instance réceptrice> Événement interprété

{ ... *Processus de transformation* ... }

—L’instance réceptrice est en réalité un système d’instances réceptrices qui a la capacité de reconstruire l’événement brut lorsque cela s’avère être nécessaire. Nous pourrions être tentés de penser que cela se passe dans un contexte d’absolue liberté. Cependant, l’instance médiatique, consciente de ne pas être la seule à détenir le pouvoir de participation dans le processus de transformation (ni même peut-être de le diriger), ajoute au processus de transaction de l’événement un troisième processus que nous pourrions appeler de *concession*. Le média pourrait en réalité s’exprimer ainsi : « Je vous permets à vous, cher internaute, d’exprimer votre avis, de publier votre commentaire, de construire votre propre événement brut parce qu’en fin de compte, il s’agit de quelque chose qui me convient ». Le média fournit dans son espace de stratégies un outil pour *créer* une idée de participation, à travers une communauté dite active de lecteurs-journalistes qui, en apparence, ont le *même* pouvoir d’informer.

Événement brut interprété < Instance médiatique> Texte journalistique (événement construit) < Instance réceptrice> Événement interprété

{ ↑ *Processus de transformation* ↑ }

{ ↑ *Processus de transaction / Processus de concession* ↑ }

—L’instance réceptrice participe aussi du processus de transaction avec son événement interprété qui va ainsi intégrer également le corpus du discours médiatique (événement construit). Il y a autant d’événements interprétés que d’instances réceptrices qui se manifestent, ou qui officiellement participent au jeu des interactions du contrat.

3. La communication médiatisée par ordinateur

Après avoir exposé les grandes lignes du contrat de la communication médiatique, il nous semble nécessaire de présenter les caractéristiques essentielles du dispositif principal à partir duquel se réalisent les échanges dans la presse en ligne. Nous dresserons donc ici un état des lieux de ce qui a trait à la communication médiatisée par ordinateur.

Nous devons tout d'abord à Cartier (1993a, 1993b) un concept clef, celui d'interface entre système et utilisateur, qui permet de déterminer l'influence que l'ordinateur exerce sur l'individu dans un contexte social, linguistique et culturel déterminé. Cette définition nous amène à la communication médiatisée par ordinateur (CMO), sujet étudié par Herring (2001, 1994) et Anis (2004) dans le cadre des sciences du langage, respectivement aux États-Unis et en France.

Denoël-Granjon (2008: 14-26) a également présenté une bibliographie très complète dans son étude sur la CMO fondée sur l'analyse de la messagerie instantanée. Selon l'auteure, les progrès techniques dans la conception de dispositifs de CMO (comme le courriel, le chat, les listes de diffusion, les blogs, les forums discussion et la téléphonie IP) ont amené à des configurations techniques différenciées et à des cadres de participation variés, qui peuvent être dyadiques et multiples, et aux temporalités différentes : asynchrone (courriel ou blog), synchrone (téléphonie IP) ou quasi-synchrone (chat, messagerie instantanée).

L'essor et la popularisation de ces outils informatiques ont offert de nouveaux terrains d'analyse aux sciences humaines et sociales. S'il nous paraît important de présenter les contributions réalisées sur l'interaction entre l'utilisateur et le média (support) qui lui permet

de communiquer, nous n'appliquerons pas ici nos concepts d'analyse au vaste domaine de la CMO. Il nous paraît cependant indispensable de présenter les principales contributions qui ont été réalisées sur ce sujet depuis les années 1990.

3.1. Communication médiatisée par ordinateur et sciences humaines et sociales

Les travaux de Herring (1996) sont considérés comme les tout premiers sur la CMO dans les sciences du langage. Anis, de son côté, est considéré comme celui qui a ouvert la voie, dans le champ francophone de la linguistique, à l'analyse du langage électronique.

Denoüel-Granjon (2008: 15) rappelle pour sa part que :

« [la] communication électronique est apparue comme un terrain de recherche fertile, offrant de nouveaux horizons d'enquête et de nouveaux objets d'analyse, dont nombre de journées d'études, colloques, revues et thèses ont favorisé le développement. De façon globale, ces multiples travaux ont fait émerger un ensemble conséquent de termes, dont la particularité est de décrire les conditions de production particulières des énoncés produits dans un contexte de communication médiatisée ».

Denoüel-Granjon (2008) présente également les principaux axes de recherche qui ont été tracés dans l'étude du langage électronique. Tout d'abord, on remarque la présence d'éléments de communication orale dans le message écrit puis on analyse l'aspect hybride de ce genre à travers l'opposition oral/écrit.

À travers la description et l'identification des énoncés produits dans le cadre de la communication médiatisée, on tente de déterminer s'ils sont oraux ou écrits. Ainsi, les symboles visuels comme les *smileys* ou la reproduction graphique de phonèmes ont été abondamment étudiés (Marcoccia, 2004b).

Les discours d'internet ont également donné naissance à des débats sur la pertinence des modèles théoriques en linguistique textuelle, sociolinguistique et analyse du discours, dont les notions de genre de discours et de discours rapporté ont permis d'ouvrir de nouvelles et profondes perspectives (Denoël-Granjon, 2008: 16).

L'analyse de conversation a également fait l'objet de recherches dans le cadre de ce sujet. Ainsi, la distribution et la construction des tours, l'organisation séquentielle de la conversation, les ouvertures et clôtures d'échanges, les méthodes de catégorisation et les procédures de réparation ont constitué un riche matériel d'étude, ainsi que l'organisation temporelle de l'activité conversationnelle, malgré certaines limites rencontrées dans le cadre des investigations.

Denoël-Granjon (2008) rapporte également d'autres positionnements scientifiques pour lesquels les signes d'oralité que l'on trouve dans une conversation électronique ont pour fonction de manifester la présence des participants, distants et présents, au sein de l'espace interactionnel médiatisé. Pour l'auteure, ces contributions offrent une perspective alternative au débat permanent opposant l'écrit et l'oral dans la communication médiatisée par ordinateur.

3.2. Sur la pertinence et la nétiquette

Nous souhaitons établir un lien entre notre travail et celui d'Atifi et Marcoccia (2006), qui ont notamment étudié les notions de pertinence et de nétiquette.

Ainsi, comme l'écrivent ces auteurs,

« les recherches sur le genre des échanges médiatisés par ordinateur mettent en évidence son caractère normatif mais ont cependant une limite : elles ne tiennent pas assez compte de la variation culturelle et négligent donc l'articulation entre les normes préconisées à un niveau global (le cyberspace) et les comportements communicatifs des internautes, déterminés par leurs profils communicatifs personnels et l'éthos lié à leurs origines culturelles. [...] De nombreux travaux montrent que certaines caractéristiques de la communication médiatisée par ordinateur (absence de contact visuel, pseudonymat, faible conscience de l'autre) rendent nécessaire et problématique le ménagement des faces et l'utilisation de procédés de politesse » (Atifi et Marcoccia, 2006: 59, 66).

En ce qui concerne la pertinence, Atifi et Marcoccia (2006: 69) rappellent que

[...] « de nombreux travaux soulignent que les discussions dans les forums sont souvent désorganisées et confuses, à cause du développement fréquent de multiples fils de discussion et de conversations parallèles. La digression thématique à l'intérieur d'un forum peut déboucher sur une véritable « décomposition thématique » (« *topic decay* ») [selon Herring, 1999]. Cette désorganisation résulte en partie de la difficulté pour les utilisateurs d'un forum d'avoir une lecture globale des échanges qui leur permettrait d'identifier ce qui est hors sujet. En effet, le nombre important de fils de discussion et de messages hors sujet empêche un utilisateur de savoir si le message qu'il lit et auquel il veut répondre introduit un glissement thématique ou non ».

Finalement, en ce qui concerne la netiquette, Atifi et Marcoccia (2006) nous présentent une définition que nous pouvons retenir aux fins de notre étude :

« La nétiquette constitue un ensemble de règles très souvent invoquées pour réguler les comportements en ligne, particulièrement dans les forums. C'est un système normatif et axiologis . La nétiquette est basée sur six catégories de règles, chacune étant supposée résoudre un problème spécifique posé par la communication médiatisée par ordinateur : 1) des règles de politesse au sens strict, 2) des principes de coopération dans la production des messages (pertinence, clarté, brièveté), 3) des règles portant sur les

sujets des messages (autorisés ou non), 4) des règles visant à l'adaptation aux lois de la vie « réelle », 5) des règles portant sur l'identification des scripteurs et des destinataires et enfin 6) celles qui concernent l'adaptation aux contraintes techniques du réseaux »²¹.

Eu égard à ces différentes études, l'ambition première de notre travail est de nous intéresser aux interactions médiatisées dans la presse en ligne et de prolonger la réflexion autour des processus d'émission et de réception dans le cadre des contrats de communication médiatique. Différentes études ont, avant nous, abordé le phénomène à travers « une approche praxéologique, multimodale et incarnée, avec une attention particulière portée aux actions temporellement situées, et, par là-même, aux différentes ressources (interactionnelles, discursives et techniques) que les participants mobilisent dans le cours de leurs échanges » (Denouël Granjon, 2008).

Nous allons nous intéresser 1) aux stratégies ou mécanismes discursifs développés par la presse en ligne pour inciter ou provoquer des réactions chez les utilisateurs, 2) aux interactions entre les usagers qui construisent un discours dit secondaire par rapport au discours dit premier, c'est-à-dire le texte informatif publié sur le site du journal en ligne, et 3) à la possibilité d'envisager l'idée que lorsque les utilisateurs interagissent (lorsqu'ils écrivent leurs commentaires ou expriment leur avis), ils peuvent modifier le sens de la structure textuelle de l'information publiée dans un « moment discursif » X (Moirand, 2006).

²¹ Cf. Marcoccia rappelle que la notion de sociopragmatique de la nétiquette a été développée dans le livre *Communication, société et internet*, de Nicolas Guéguen et Lucy Tobin [1998].

Chapitre 4

Cadre théorique de l'étude

Notre démarche implique que nous nous positionnions à un carrefour interdisciplinaire, entre les sciences du langage et les sciences de l'information et de la communication. Nous optons ainsi pour l'approche sémiolinguistique afin d'étudier les conditions situationnelles de cette machine médiatique qu'est la presse en ligne. Nous empruntons en revanche à l'analyse du discours en interaction ses outils méthodologiques pour décrire la façon dont les multiples messages textuels sont mis en scène dans notre objet d'étude, à partir de trois moments différenciés, « début, suite et fin » (Bolívar, 2007b), ainsi que pour décrire la façon dont les utilisateurs interagissent comme s'ils participaient à une conversation qui se veut bien entendu virtuelle. Nous appliquerons dans notre étude plusieurs méthodologies de l'analyse du discours en interaction, entre les utilisateurs et entre les textes.

Ainsi, nous nous situons dans la linguistique interactionniste, qui

« emprunte largement à l'analyse conversationnelle, [...] a été également fécondée par divers courants de recherche qui s'étaient formés en réaction contre les linguistiques de la phrase ou du code (analyse du discours, linguistique de l'énonciation); influencée par divers courants philosophiques (théorie des jeux de langage de L. Wittgenstein, théorie des *speech acts* de J.L. Austin et J.R. Searle,

théorie de l'agir communicationnel' de J. Habermas) [...] et stimulée par les travaux de M. Bakhtine » (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 320).

Nous pensons que ces réflexions s'accordent logiquement avec la notion de contrat telle que nous l'avons évoquée. Ainsi, selon Charaudeau (1983: 50), « le sujet communiquant usera de *contrats* et de *stratégies* » pour atteindre son objectif. En ce sens « la notion de *contrat* présuppose que les individus appartenant à un même corps de pratiques sociales soient susceptibles de se mettre d'accord sur les représentations langagières de ces pratiques sociales ».

Le contrat, selon cette idée et d'après nos observations, semble se révéler sous la forme d'un jeu de représentation. Dans la célèbre analyse de Foucault (1966) sur le non moins célèbre tableau de Diego Velázquez (1599-1660), *Les Ménines*, nous assistons à une fascinante illustration de cette idée :

« Au point de rencontre entre la représentation et l'être, là où s'entrecroisent nature et nature humaine —en cette place où de nos jours nous croyons reconnaître l'existence première, irrécusable et énigmatique de l'homme— ce que la pensée classique, elle, fait surgir, **c'est le pouvoir du discours**. C'est-à-dire du langage en tant qu'il représente —le langage qui nomme, qui découpe, qui combine, qui noue et dénoue les choses, en les faisant voir dans la transparence des mots » (Foucault, 1966 : 321-322).

Ici le langage semble se révéler sous la forme d'un jeu de représentation entre les mots et les choses. On pourrait appliquer cette « structure de connaissance » à l'information fournie par un journal multimédia. En ce qu'elle est médiatisée par un écran, cette forme de communication peut être comparée à la télévision ou au cinéma ; elle comporte une valeur sémiotique sous-jacente dans sa capacité d'émettre des énoncés (images). Elle se rapproche

également d'un média imprimé, qui utilise principalement le langage à des fins de représentation (valeur sémantique et linguistique), en ce qu'elle est une version « électronique » d'un journal. Cependant, ce qui nous intéresse ici c'est le jeu de représentation : le récepteur est comme le spectateur du tableau de Velázquez. Situé au même endroit que l'objet représenté (le roi d'Espagne), le spectateur devient lui aussi sujet, partie de l'œuvre. L'émetteur est Velázquez, l'auteur du tableau, qui s'y représente lui-même en train de regarder l'objet qu'il tente de représenter (et au-delà, le spectateur). L'objet à représenter n'est visible qu'au fond du tableau, reflété de manière floue dans un miroir se trouvant au fond de la salle.

Pour le dire autrement, le lecteur de la presse en ligne occupe la place de l'objet représenté (le roi, et dans notre cas, un événement brut, susceptible d'être représenté).

« A la fois objet —puisque c'est ce que l'artiste représenté est en train de recopier sur sa toile— et sujet —puisque, ce que le peintre avait devant les yeux, en se représentant dans son travail, c'était lui-même, puisque les regards figurés sur le tableau sont dirigés vers cet emplacement fictif du royal personnage qui est le lieu réel du peintre, puisque finalement l'hôte de cette place ambiguë où alternent comme un clignotement sans limite le peintre et le souverain, c'est le spectateur dont le regard transforme le tableau en un objet, pure représentation de ce manque essentiel » (Foucault, 1966 : 319).

Le récepteur, transformé en objet et sujet de l'événement, devient lui-même, dans la presse en ligne, un émetteur capable de s'« approprier » l'objet représenté. Cette idée, dans laquelle nous percevons certaines caractéristiques du contrat de communication, peut nous conduire à la notion de *stratégie* chez Charaudeau (1983: 50), qui repose « sur l'hypothèse que le sujet communicant (JEC) conçoit, organise et met en scène ses intentions de façon à produire certains effets —de conviction ou séduction— sur le sujet interprétant (TUi), pour

amener celui-ci à s'identifier —consciemment ou non— au sujet destinataire idéal (TUD) construit par JEc ».

Ainsi, le commentaire de l'utilisateur de la presse en ligne acquiert une dimension importante. Se référant au commentaire comme autre dimension du discours, Foucault (1971) développe un principe essentiel que nous pouvons appliquer à notre étude :

« (...) dans ce qu'on appelle globalement un commentaire, le décalage entre texte premier et texte second joue deux rôles qui sont solidaires. D'une part, il permet de construire (et indéfiniment) des discours nouveaux : le surplomb du texte premier, sa permanence, son statut de discours toujours réactualisable, le sens multiple ou caché dont il passe pour être détenteur, la réticence et la richesse essentielles qu'on lui prête, tout cela fonde une possibilité ouverte de parler. Mais, d'autre part, le commentaire n'a pour rôle, quelles que soient les techniques mises en œuvre, que de dire *enfin* ce qui était articulé silencieusement *là-bas*. Il doit, selon un paradoxe qu'il déplace toujours mais auquel il n'échappe jamais, dire pour la première fois ce qui cependant avait été déjà dit et répéter inlassablement ce qui pourtant n'avait jamais été dit. Le moutonnement indéfini des commentaires est travaillé de l'intérieur par le rêve d'une répétition masquée : à son horizon, il n'y a peut-être rien d'autre que ce qui était à son point de départ, la simple récitation. Le commentaire conjure le hasard du discours : il permet bien de dire autre chose que le texte même, mais à condition que ce soit ce texte même qui soit dit et en quelque sorte accompli. La multiplicité ouverte, l'aléa sont transférés, par le principe du commentaire, de ce qui risquerait d'être dit, sur le nombre, la forme, le masque, la circonstance de la répétition. Le nouveau n'est pas dans ce qui est dit, mais dans l'événement de son retour » (Foucault, 1971 : 23-28).

Selon cette perspective, le commentaire produit par un utilisateur de la presse en ligne n'apporte aucune nouveauté quant au contenu (qui n'est en fin compte qu'une répétition, un écho de ce qui a été dit par le média), mais seulement par le processus même de sa réception-émission, par sa capacité de dévoiler, de montrer ce que l'on imagine caché, de rendre l'information, mais dans une nouvelle séquence textuelle. Cette conception du commentaire,

dans « l'ordre du discours » (Foucault, 1971), nous amène à choisir un positionnement théorique particulier, celui de la sémiolinguistique du discours en interaction.

1. Sémiolinguistique du discours en interaction

L'analyse du discours a été définie comme « l'étude de l'usage réel du langage par des locuteurs réels dans des situations réelles » (Van Dijk, 2007, 1996). Cette définition présente donc le discours comme une activité essentiellement interactionnelle. L'analyse du discours prétend articuler énonciation et lieu social déterminé, et couvre « l'étude des genres discursifs à travers les divers lieux de l'espace social (un café, une école, une boutique » ; dans notre cas, un forum de discussion), ou à travers « les domaines associés aux différents discours : politique, littéraire, journalistique, scientifique » (Mainguenau, 1996).

Nous souhaitons utiliser dans notre étude les outils fournis par cette « discipline interdisciplinaire » afin d'analyser les relations de communication qui s'établissent entre les journalistes (émetteurs) et les lecteurs (récepteurs), entre les textes eux-mêmes et, bien entendu, entre les récepteurs. La presse en ligne, média que l'on peut considérer comme relativement récent, semble vouloir se présenter comme un terrain fertile pour l'étude des interactions. Les relations de communication dont nous parlons, que nous pourrions tout simplement définir comme des « dialogues », se fondent sur le langage comme outil essentiel ou véhicule utilisé par la communication dans le vaste et cognitif entrelacs des relations humaines.

En mettant l'accent sur le langage, nous choisissons donc un point de vue d'ordre nécessairement linguistique. Pour cette raison, nous avons choisi une perspective théorico-

méthodologique fondée sur l'école française de l'analyse du discours, dont l'orientation linguistique, bien que marquée par le marxisme et la psychanalyse, a donné naissance à de précieux concepts que nous allons utiliser comme ceux, entre autres, de « *formation discursive* » et d'« *interdiscours* » (Maingueneau, 1996 : 43).

Les postulats de l'analyse française du discours sont venus s'opposer à ceux de l'école anglo-saxonne (américaine), qui a fait appel à l'anthropologie, entre autres sciences sociales, pour l'étude des discours (il est utile d'ajouter que l'analyse critique du discours, par exemple, représente un outil de grande valeur épistémologique fourni par cette école). Nous pensons cependant que notre positionnement est logique lorsqu'il adopte une approche linguistique dans l'analyse de textes produits par des utilisateurs, dont on ne peut établir d'autres caractéristiques qui nous permettraient de comprendre leurs intentions ou objectifs au-delà du terrain de l'activité du langage. Cependant, notre préférence pour l'approche française, comme nous le verrons plus loin, n'est pas exclusive. Nous utiliserons également certains apports de l'analyse du discours en interaction de l'école de Birmingham.

En tous les cas, nous allons ici présenter une série de concepts qui nous permettront ensuite de réaliser notre analyse. Ces notions sont associées à l'analyse du discours dans son approche française, comme nous l'avons vu, mais également à divers postulats et outils des sciences de la communication et de l'information, donnant lieu à une nécessaire interdisciplinarité et à de nouveaux concepts (Charaudeau, 2010). La présentation suivante n'est classée ni par ordre alphabétique, ni par ordre d'importance. Tous les éléments ici rassemblés seront traités ultérieurement dans notre analyse d'échantillon.

1.1. Formation discursive

La formation discursive détermine « ce qui peut et doit être dit à partir d'une position donnée dans une conjoncture donnée » (Maingueneau, 1996 : 42)²². Une formation discursive peut être le texte d'une information journalistique, le texte produit par un utilisateur (un commentaire) ou la somme des deux. On peut remarquer l'accent qui est mis sur la *conjoncture* que les sciences du langage associent avec l'étude de la pragmatique. En ce qui nous concerne, il s'agit du contexte fourni par diverses situations produites par une multiplicité d'acteurs et de réalités :

a) Le journaliste et l'événement dit brut, la réalité, ce qui arrive : un ouragan, des élections présidentielles, le décès d'une personne suite à un accident ou à un crime ;

b) Le journaliste, l'événement interprété et l'événement brut ; il s'agit ici d'une sorte de relation triangulaire qui s'établit entre l'utilisateur-émetteur, l'événement brut et la manière dont l'utilisateur-émetteur en prend des éléments pour les transformer en événement interprété ; ces éléments sont également en rapport avec d'autres notions dont nous ne ferons pour l'instant qu'une simple mention comme le style ou la personnalité du journaliste ;

c) L'utilisateur-lecteur, l'événement interprété par le journaliste et l'événement brut. Dans les sociétés de l'information, les lecteurs ont eux aussi « accès » à ce que nous pourrions appeler la « réalité ». Grâce à des comptes Twitter ou Facebook, ou à cette grande vidéothèque mondiale qu'est YouTube, des milliers de lecteurs peuvent devenir d'une certaine manière journalistes. Ils peuvent ainsi informer mais également *confronter* leurs textes avec ceux des journalistes dits professionnels. Nous pensons que cette nécessité de

²² Maingueneau cite Pêcheux *et al*, 1990 : 102, *L'Inquiétude du discours*, textes de M. Pêcheux choisis et présentés par D. Maldidier, Paris, Cendres.

confronter des opinions et des points de vue sur la réalité motive la production et la publication de centaines de commentaires que nous pouvons lire sur la presse en ligne ;

d) L'utilisateur-lecteur, bien évidemment, va confronter et comparer ses idées avec celles d'autres utilisateurs-lecteurs, établissant ainsi dans de nombreux cas de véritables dialogues et échanges de points de vue, également étudiés par les sciences du langage sous l'angle de l'expression des sentiments et de la politesse dans le « drame »²³ du discours.

L'ensemble de ces conjonctures, qu'elles soient mêlées entre elles ou séparées, donne lieu à de multiples formations discursives que nous analyserons dans notre objet d'étude.

1.2. Interdiscours

Il s'agit de l'« ensemble de discours » (Mainguenau, 1996 : 50) appartenant à un même champ discursif ou à des champs et à des époques différentes et qui ont la possibilité de s'articuler de manière contradictoire, donnant lieu à des formations discursives différentes²⁴.

Les interdiscours, en une seconde acception, peuvent constituer un « discours particulier » composé d'« unités discursives avec lesquelles il entre en relation » (Mainguenau, 1996 : 51). Il s'agit « des discours cités, des discours antérieurs du même genre [et] des discours contemporains d'autres genres ». Dans chacune de ces deux acceptions nous trouvons toujours un « sens interdiscursif », défini comme la « valeur symbolique » de certaines « locutions » ou « énoncés figés ».

²³ Nous introduisons le mot « drame » dans ce contexte pour son rapport avec le théâtre et les acteurs (actants : énoncés, textes) qui participent à mise en scène du discours.

²⁴ Mainguenau (1996) cite ici J.-J. Courtine (1981), *Analyse du discours politique*, *Langages* N° 62.

1.3. Sémiolinguistique du discours médiatique

La conception du discours que nous allons garder dans notre analyse ultérieure veut que les faits linguistiques peuvent et doivent être en lien avec des phénomènes psychologiques et sociaux. Cette association, d'où résultent l'*action* et l'*influence*, permet de parler de la « construction psycho-socio-sémiotique du sens » (Charaudeau, 2005: 10). Ces dimensions convergent ainsi dans le processus de transformation de la réalité en discours et de son ultérieure conversion en *objet d'échange* entre les interlocuteurs, conforme à l'intentionnalité de chacun d'entre eux.

Du point de vue des sciences du langage, l'analyse du discours « n'est pas expérimentale mais empirique-déductive » (Charaudeau, 1995 : 103). Ainsi,

« cela veut dire que l'analyste part d'un matériau empirique, le langage, qui est déjà configuré dans une certaine substance sémiologique (verbale), que c'est cette configuration qu'il perçoit et qu'il peut manipuler pour déterminer, à travers l'observation des compatibilités et incompatibilités de l'infini possible des combinaisons, des découpages formels simultanément aux catégories conceptuelles qui leur correspondent » (Charaudeau, 1995 : 103).

Nous soutenons les postulats de certains linguistes structuralistes car nous souhaitons donner une plus large place au langage et aux sciences qui essayent de mieux comprendre son fonctionnement. Nous suivons ainsi Benveniste (1974 : 29) lorsqu'il affirme que la linguistique « c'est la tentative pour saisir cet objet évanescent : le langage, et pour l'étudier à la manière dont on étudie des objets concrets ».

Cela nous amène à la linguistique textuelle qui va nous aider à définir certains de nos principes fondamentaux. Nous parlons là d'une « théorie de la production *co(n)textuelle* de

sens, qu'il est nécessaire de fonder sur l'analyse de textes concrets », et qui a « l'ambition de donner des instruments de lecture des productions discursives humaines » (Adam, 2008 : 10, 12). Pour Adam²⁵, la linguistique textuelle, dont l'origine remonte à la fin des années 1960 et qui se présente comme une « translinguistique », rend compte de la cohésion et de la cohérence des textes et s'inscrit dans le cadre pragmatique d'une linguistique interactive. Elle est en outre considérée comme une discipline auxiliaire de l'analyse du discours. Adam développe également le modèle cognitif de textualité de Van Dijk, en définissant la textualité comme un « ensemble d'opérations qui amènent un sujet à considérer à la production et/ou à la lecture/audition qu'une suite d'énoncés [qui] forme un tout signifiant » (Adam, 2008 : 12).

Van Dijk (2007 : 18), de son côté, indique que la grammaire et la linguistique du texte « naissent de la volonté d'effectuer une étude linguistique (grammaticale) du discours ». Pour lui, « un discours est une unité observationnelle, c'est-à-dire l'unité que l'on interprète lorsqu'on regarde ou entend une émission » (Van Dijk, 2007 : 20). Nous souhaitons tout particulièrement retenir de cet auteur sa vision de la grammaire du texte, définie par « une structure de relations entre énoncés, c'est-à-dire des textes entiers sous-jacents à ces émissions-là ». Une grammaire du texte, alors, est une grammaire capable d'expliquer clairement les textes (Van Dijk, 2007 : 17).

Nous empruntons également à cet analyste son concept de *macrostructures*.

« Elles [les macrostructures] sont essentielles dans tout modèle cognitif qui rend compte à la fois de la production et de la compréhension du discours, de l'observation d'épisodes, de la participation et de l'interprétation de l'action et de l'interaction, de la solution de problèmes, et de la pensée en général. La

²⁵ In Charaudeau et Maingueneau (2002).

notion de macrostructure permet d'obtenir un tableau ou une idée générale de l'épisode ou de la situation complète (représentée) » (Van Dijk, 2007 : 56).

Pour Hjelmslev, « toute langue se présente immédiatement comme un système d'unités d'expression auxquelles est attaché un contenu (sens) » (Hjelmslev, 1966 : 55). Evidemment, « la faculté de symboliser est à la base du langage humain, elle en est l'“essence” selon Jakobson » (Hagège, 1976 : 218). Hjelmslev nous indique que nous pouvons décrire « un objet déterminé (le langage) en le divisant en parties, même si elles fonctionnent de manière réciproque, c'est-à-dire en analysant l'objet, qui est conçu comme une totalité fonctionnelle » (Hjelmslev, 1966 : 29).

Nous hésitons ici entre définir le discours comme structure et le définir comme événement. Cette question a déjà été explorée par Pêcheux :

« Il ne s'agit pas de prétendre que tout discours serait comme un aérolithe miraculeux, indépendant des réseaux de mémoire et des trajets sociaux dans lesquels il fait irruption, mais de souligner que, par sa seule existence, tout discours marque la possibilité d'une déstructuration-restructuration de ces réseaux et trajets » (Pêcheux, 1990 [1983] : 322-323).

« Une analyse du discours doit donc déterminer quels sont ses objectifs en rapport avec le type d'objet qu'elle se construit, et quelle est l'instrumentation qu'elle utilise en rapport avec la démarche qu'elle choisit » (Charaudeau, 1995 : 103). Nous présentons donc ici nos *objectifs* ainsi que l'*instrumentation* que nous allons utiliser.

1.3.1. Sur les objectifs

Nous allons décrire les caractéristiques particulières d'un discours, c'est-à-dire d'un texte. Cela, c'est la perspective de l'analyse textuelle. Nous nous concentrerons ainsi « sur une réalisation particulière (un texte) » pour essayer de décrire, « de la façon la plus exhaustive possible, les traits qui la caractérisent » (Charaudeau, 1995 : 104)²⁶. Notre méthode d'analyse est double et va du particulier au général et du général au particulier.

« Notre objectif d'analyse du discours consiste à repérer les caractéristiques des *comportements* langagiers (le « comment dire ») en fonction des *conditions* psycho-sociales qui les contraignent selon des types de situation d'échange (« contrat »). La perspective est donc double, dans un rapport de réciprocité : quelles conditions pour quels comportements langagiers *possibles*, et quels comportements langagiers *effectifs* pour quelles conditions. Il faut donc se donner les moyens d'étudier ces conditions et ces comportements » (Charaudeau, 1995 : 104).

Cette conception de l'analyse du discours (et de la façon dont on étudie ses objectifs) nous amène à établir une série de concepts clés ou notions qui seront à la base de notre analyse ultérieure :

- a) *Conditions* : Elles sont liées aux caractéristiques spécifiques discursives des corpus, étudiées selon un principe de « contrastivité » et également rapportées au contrat de la communication.
- b) *Typologies de textes* : Elles dépendent des conditions de réalisation des contrats de communication. Nous soutenons, avec Charaudeau (1995), qu'il peut y avoir autant de typologies que de critères que nous souhaitons observer : formes, sens, mécanismes.

²⁶ Les énoncés entre guillemets de cette partie de notre étude correspondent tous à cette référence bibliographique.

Ces critères peuvent être soumis à un principe de hiérarchisation qui admet à son tour un principe d'ouverture-fermeture. La construction du corpus doit suivre un mouvement en colimaçon, sur la base de contrastes successifs.

Le fait de construire un corpus pour sa conséquente « contrastivité » nous conduira à définir le contrat de communication spécifique qui nous intéresse, dans le but d'analyser des textes particuliers ou bien d'établir une typologie. Dans notre cas particulier, il s'agit d'identifier, signaler et interpréter (grâce à un processus d'inférences) les traits ou indices qui caractérisent chaque texte (l'information journalistique et les commentaires des usagers), et qui démontrent la conformité (réactivation) ou non-conformité (transgression) aux circonstances du contrat (inférences situationnelles). Ce processus d'identification, signalisation et interprétation vaut également pour les jeux de stratégies du sujet communicant et met en relation ces traits avec d'autres éléments du contexte (inférences contextuelles) et un ensemble de savoirs expérimentaux partagés (inférences intertextuelles). Il faut ainsi, selon cette conception charaudienne de l'analyse de discours, décrire les composants de toute situation communicative avant d'étudier les caractéristiques qui définissent le discours informatif médiatique.

1.3.2. De l'instrumentation

La sémiolinguistique et sa façon d'étudier les contrats de la communication nous enseignent que notre étude doit se fonder sur des textes dialogiques. Cela veut dire que nous soutenons l'hypothèse selon laquelle les textes à étudier interagissent dans un continuum en trois cycles. Ainsi, le texte journalistique publié sur le site du journal est en soi un exemple d'interaction (1) (le contenu de chaque paragraphe établit un jeu de réponses dans la suite du

message), les commentaires des usagers constituent pour leur part une toile dialogique (2) et interagissent ensuite à leur tour avec l'information journalistique publiée (3)²⁷.

Etant donné que nous allons travailler essentiellement dans une perspective linguistique, nous allons également décrire les aspects non-verbaux de notre corpus (donnés externes du contrat). Nous soutenons cependant ici que certaines caractéristiques de la mise en scène du discours par les usagers (par exemple la façon dont ils utilisent les signes de ponctuation, prennent la parole, montrent un manque de respect ou leurs sentiments) pourraient amener à une nouvelle compréhension de notions-clés comme « le visuel » ou « le gestuel » qui, jusqu'à maintenant, ont été étudiées dans des dispositifs comme la radio et la télévision. La presse en ligne relève également, à sa façon, du concept de symbolisation, considéré comme un processus qui consiste à construire du sens au travers d'un système conventionnel de représentation du monde, et qui se donne comme le « réel » de ce monde (Charaudeau, 2003 : 37).

Nous souhaitons déterminer les stratégies particulières des textes dialogiques que nous allons étudier et qui témoignent de projets individuels de paroles (Charaudeau, 1995). Pour cela, nous avons déjà retenu certaines hypothèses méthodologiques, toutes rapportées au sujet langagier, et qui expriment des jeux d'opposition : *légitimation* ou *justification* de sa prise de parole ; *prise de position par rapport aux autres* (alliance ou opposition); manière *d'organiser et problématiser le propos* que le sujet tient sur le monde.

L'analyse sémiolinguistique du discours montre qu'étudier la façon dont apparaissent et circulent les discours sociaux consiste à effectuer deux types de descriptions : en premier

²⁷ Nous développons cette idée dans la partie de ce chapitre qui a pour titre *Interaction et langage*.

lieu, description des conditionnements situationnels et discursifs des contrats de communication dans lesquels ils s'insèrent et prennent du sens ; et, en second lieu, description des types de stratégies qui apparaissent de manière récurrente dans ce champ contractuel. Ce n'est qu'à cette condition selon nous qu'il est possible d'étudier les singularités d'un texte, uniquement identifiable à travers ce qui le surdétermine (Charaudeau, 2003 : 82), et de dégager son véritable sens.

1.4. Interaction²⁸ et langage

D'après Kerbrat-Orecchioni (1998 : 55), « l'exercice de la parole implique normalement la participation de divers participants, lesquels participants exercent en permanence les uns sur les autres un réseau d'influences mutuelles ». Ainsi, « parler, c'est échanger, et c'est changer en échangeant »²⁹. Cet énoncé, qui peut bien passer pour l'une de ces locutions ludiques et imprononçables, rend compte du fait que « les influences mutuelles peuvent être plus ou moins fortes selon la nature de la situation communicative » (Kerbrat-Orecchioni, 1998 : 55) (deux sujets se parlant face à face ; un émetteur qui s'adresse à un

²⁸ L'interaction a été largement étudiée dans les sciences humaines et sociales Kerbrat-Orecchioni (1990: 55-73). Il nous semble opportun ici de présenter les différentes approches qui ont été menées et dont nous retiendrons l'aspect linguistique-communicatif. Selon une *approche linguistique*, Kerbrat-Orecchioni (1990) signale la linguistique fonctionnelle systémique de Halliday, et les différents modèles qui ont été à ce jour élaborés pour rendre compte de l'organisation structurale des conversations : le modèle « intégratif » d'Edmonson (1981), le modèle fonctionnel de l'école de Birmingham (Sinclair, Coulthard, et al., [dont les recherches de Bolívar constituent une bonne illustration]) et surtout le modèle hiérarchique de l'école de Genève (Roulet et al.). A partir d'une *approche philosophique*, il faut remarquer l'influence de Wittgenstein (et de sa notion de « jeu de langage ») sur la réflexion en matière de dialogue et de « langage ordinaire ». Les célèbres maximes conversationnelles de Grice — fusionnées avec les « lois de discours » de Ducrot, les « conditions de réussite » de Searle, les « postulats de conversation » de Gordon et Lakoff (...) — constituent « un corpus de règles qui permettent de rendre compte efficacement de certains fonctionnements conversationnels ». Toujours en suivant Kerbrat-Orecchioni (1990), nous citons *l'approche ethnosociologique de l'interaction*. Elle est caractérisée par la conception « globale » de la compétence et l'importance décisive accordée au contexte, physique et socioculturel, dans lequel se déroule l'interaction. Dans cette perspective, les normes communicatives et les pratiques discursives sont envisagées toujours dans leur relation au « cadre » et au « site » dans lesquels elles s'inscrivent (voir Gumperz, Hynes). Pour finir, *l'approche dite « psy » (psychologique et psychiatrique) de l'interaction* dont les principes sont « transposables » : l'opposition entre communication « symétrique » et « complémentaire » ; la notion (héritée de Bateson) de « double contrainte », qui semble très productive pour rendre compte du fonctionnement des communications sociales dans leur ensemble.

²⁹ L'auteure (dans La notion d'interaction en linguistique: origines, apports, bilan, 1998, *Langue Française*, 117) cite le texte *Discourse Strategies*, de Gumperz (1982), qui a forgé l'expression « Speaking is interacting ».

récepteur absent). Ici nous devons noter que, pour ce qui est de l'objet de l'analyse, l'étude de l'interaction a privilégié le discours dialogué oral.

Nous pensons cependant qu'il nous est possible de nous approprier certains outils théoriques et méthodologies de la linguistique interactionniste pour l'analyse de notre corpus, constitué de textes écrits. Cela peut d'une certaine manière paraître contradictoire, mais cela ne l'est pas en réalité. Les linguistes interactionnistes ont dû rebrousser le chemin parcouru jusque récemment par les sciences du langage pour créer une méthodologie propre permettant d'étudier les échanges humains (oraux). Ils ont ainsi créé toute une série de notions qui ont remodelé les « conceptions classiques de la communication ou de la compétence » (Kerbrat-Orecchioni, 1998: 60). Cependant, ces échanges peuvent également « s'adapter », ainsi le pensons-nous, aux formations discursives produites par des journalistes et des utilisateurs-lecteurs de la presse en ligne. Voici quelques notions de la linguistique conversationnelle que nous souhaitons utiliser dans notre étude³⁰:

- a) « Les énoncés se construisent collectivement ». Leur construction, qui ne s'entend pas comme une activité personnelle, est déterminée, « guidée » et influencée « par les *réactions* des différents récepteurs », réactions dont se sert l'utilisateur pour reformater son discours afin de « le rendre plus efficace dans l'interaction ». Ainsi, « le discours produit est alors le résultat d'un 'bricolage interactif' incessant » (Kerbrat-Orecchioni, 1998 : 61)
- b) Les énoncés sont interprétés au fur et à mesure des interprétations réalisées « par *tous les participants* à l'échange communicatif ». Ceci indique que

³⁰ Nous reprenons ici essentiellement l'article remarquable de Kerbrat-Orecchioni (1998), que nous avons déjà cité.

tous les participants « collaborent à l'interprétation des énoncés produits » par les divers acteurs, « et négocient en permanence le sens qu'ils leur attribuent ». Cela implique que l'objectif de l'analyste est d'établir les « procédures mises en œuvre par les participants pour mener à bien cette construction interactive et intersubjective du sens » (Kerbrat-Orecchioni, 1998 : 61).

- c) « L'approche interactionniste » a su « restituer au langage sa dimension temporelle, et de rappeler que le discours est un processus dynamique plutôt qu'un objet statique » (Kerbrat-Orecchioni, 1998 : 62).

Cet ensemble d'apports peuvent être mis en relation avec l'analyse du discours en interaction en tant que dispositif descriptif à même d'expliquer le fonctionnement « des textes dans leurs contextes » (Bolívar, 2007b: 249). En nous appuyant sur la linguistique pragmatique fonctionnelle, dont nous reprenons ici certains postulats de Bolívar (2007b), nous pensons que c'est dans « le plan interpersonnel de la description que se construisent les représentations du monde, que se choisissent les contenus, et que des changements s'opèrent » (Bolívar, 2007b : 250).

L'axe que nous avons choisi, celui de l'analyse du discours en interaction, est fondé sur l'ensemble des hypothèses suivantes :

« Les signifiés sont construits dans l'interaction sociale. Il est donc nécessaire et important de mettre l'accent sur les participants, sur ce qu'ils disent et sur ce qu'ils font, les contextes spécifiques dans lesquels ils disent quelque chose et la responsabilité qu'ils assument en tant qu'initiateurs d'interactions. Dans cette perspective, les événements sociaux ne se produisent pas tout seuls, mais ils sont produits

par des personnes qui prennent la responsabilité d'informer et de proposer des sujets, de coopérer, de démarrer des conflits, d'exprimer une solidarité, de la résistance, de chercher à avoir le dernier mot. Les textes se construisent dans des contextes précis et ils ne peuvent pas être étudiés hors de ces contextes. Surtout, dans l'interaction s'échange de l'information et, principalement, des *évaluations* sur le monde, sur nous-mêmes, sur les autres, sur ce qui doit être, et doit être fait, et qui doit le faire » (Bolívar, 2007b: 249-250).

Ainsi, « l'*évaluation* a donc un rôle central dans la construction du monde et dans la construction des textes. Dans l'analyse du discours en interaction, l'évaluation devient la stratégie qui permet d'expliquer les changements internes que l'on trouve dans les textes et ceux qui adviennent dans la dynamique sociale » (Bolívar, 2007b : 250).

Il nous semble que ces précisions d'ordre théorique et méthodologique vont nous permettre de mieux saisir l'immense univers textuel des échanges produits par la presse en ligne. Cependant, bien que nous empruntions à cette position théorique ses principes essentiels, nous voudrions éclairer notre étude à l'aide de certains travaux sur l'analyse du discours en interaction qui se sont principalement fondés sur des conversations dites physiques (*face to face*), et qui pourraient parfaitement nous servir à étudier les échanges textuels (écrits) des internautes. Nous présentons donc ici les caractéristiques de l'interaction dans la conversation ainsi que dans le texte écrit.

1.4.1. L'interaction dans la conversation

Les recherches de Bolívar (2007b) sont fortement influencées par l'école britannique de l'analyse du discours, plus précisément l'école de Birmingham. Ses travaux sur l'interaction dans la conversation ont été inspirés des discours oraux. L'auteure affirme que cette analyse nous donne l'occasion de décrire certaines catégories-clés telles que l'échange,

les dialogues, les topiques, les actes de parole, les présuppositions, les inférences et les implications. Nous pensons, comme nous venons de le dire, qu'il y a de fortes chances que nous puissions également appliquer ces principes aux discours textuels du système d'instances réceptrices de la presse en ligne. La différence réside dans le fait que dans une conversation les participants sont présents alors que dans notre cas ils sont séparés par une dimension virtuelle déterminée par l'espace et le temps (Bolívar, 2007b: 257).

Dans la presse en ligne, la notion d'interaction peut être décrite selon les deux approches du texte oral et du texte écrit. Les participants, qui se trouvent dans des temporalités et des espaces différents, sont à la fois présents et éloignés. Par exemple, le temps qui s'écoule entre un commentaire et un autre (parfois de l'ordre de quelques secondes) montre qu'il est possible de justifier l'étude de l'interaction dans le type de conversation se déroulant dans la presse en ligne.

Les notions d'*initiation*, de *réponse* et de *résolution* (*follow up*), proposées par Sinclair et Coulthard [1975] et citées par Bolívar (2007b) dans la structure de l'échange, peuvent également convenir à l'analyse du discours en interaction des utilisateurs, aussi bien à leur discours sur les textes qu'au discours qu'ils tiennent entre eux-mêmes. Au fondement de cette démarche se trouvent les notions de séquence et de continuité dans le discours.

Voici un exemple, issu de notre corpus expérimental, nous permettant d'illustrer l'efficacité de la formule *initiation* + *réponse* + *résolution*. Il s'agit d'un échange entre internautes à propos d'un article publié sur *LeMonde.fr* le 19 janvier 2011 intitulé « L'Afssaps publie une liste de médicaments sous surveillance » et qui a donné lieu à 24 commentaires³¹.

³¹ Nous avons codifié les commentaires des usagers de la manière suivante : dans **LM.19.01.2011.R2**, **LM** signifie *Le Monde.fr*, **19.01.2011** renvoie à la date de publication de l'information, **R2** signifie qu'il s'agit du

[LM.19.01.2011.R2] bahram bis. 19/01/11 - 15h15. Mais vos enfants vivent mieux ici *quand* dans certaines contrées où la population n'a pas accès à la médecine moderne et se soignent par des plantes. La seule grande leçon à tirer de cette affaire et que les Français doivent réaliser qu'un médicament n'est pas un produit anodin, et *ce n'est* pas par ce que c'est gratuit qu'il faut en abuser.

[LM.19.01.2011.R3] le poids des mots. 19/01/11 - 17h18. Ce n'est jamais gratuit, voyons, vous ne payez rien à la pharmacie grâce à la création du tiers payant, qui fait que le pharmacien se fait rembourser par la cpam, et par la mutuelle avec la télétransmission qui de plus réduit les délais du remboursement. Vous avez cotisé à la sécurité sociale, et payé vos cotisations à la mutuelle - @ bahram bis

[LM.19.01.2011.R4] Médecin 19/01/11 - 21h33. « La seule leçon à tirer ». Comme vous y allez ! Le premier enseignement à retirer de cette affaire est qu'aucune molécule retiré dans un pays quelconque par des instances autorisées ne doit être maintenu en France jusqu'à plus amples informations. Et que toute immixtion de l'industrie pharmaceutique dans les services qui contrôlent les médicaments et leur usage doit être rigoureusement proscrite. Qu'un médicament ne soit pas anodin - mais parfois indispensable - ça fait longtemps qu'on le sait.

Le premier commentaire (LM.19.01.2011.R2) initie la conversation avec des arguments relatifs à la défense du système sanitaire français et la prévention de la consommation abusive de médicaments. Le deuxième commentaire (LM.19.01.2011.R3) exprime la réponse au commentaire précédent. Son message constitue clairement un refus de l'un des arguments introduits précédemment : les médicaments ne sont pas gratuits du tout en France. Le troisième commentaire (LM.19.01.2011.R4) peut constituer la résolution du discours global. Bien qu'il soit aussi un rejet de l'affirmation précédente, le message établit

deuxième commentaire publié suite à l'apparition du texte journalistique sur le site. Des mots tels que « **bahram bis** » ou « **le poids des mots** » sont des surnoms utilisés par les utilisateurs pour publier leurs commentaires. Les commentaires ont été reproduits tels qu'ils ont été publiés.

une synthèse de ce qui a été dit, et clôture cette suite de textes. Dans les trois cas, on s'aperçoit que l'évaluation a été la stratégie primordiale dans les choix discursifs des utilisateurs. Tous, chacun à leur façon, ont évalué le contenu du message initial, publié par le journal en ligne, en le comparant avec leurs idées, avis ou points de vue.

1.4.2. L'interaction dans le texte écrit

(Bolívar, 2007b: 260) nous dit que « de la même façon que dans la conversation nous parlons d'échanges, dans les textes écrits nous pouvons parler de séquences similaires dites *triades*. Une triade est définie comme une unité sémantique et pragmatique similaire à l'échange, constituée de trois éléments : un tour initiateur (*lead*), un tour continueur (*follow*) et un tour de fermeture (*valuate*). Les trois tours peuvent être identifiés par le changement de posture dans la séquence ».

« Les tours de fermeture peuvent consister en une évaluation dans certains contextes, comme dans les éditoriaux ou articles d'opinion » (Bolívar, 2007b: 260). Dans la presse en ligne, par exemple, les commentaires des usagers peuvent également être considérés comme des tours de fermeture en ce qu'ils constituent des évaluations de l'information publiée. « La triade peut être considérée comme une unité basique dans l'interaction et peut être au moins de deux types : de *contenu* (le thème ou topique) et d'*organisation*, (qui montre un type d'interaction sur le texte qui se construit) » Bolívar, 2007b: 260). Ainsi, l'interaction dans le texte écrit peut être décrite dans une sphère *intratextuelle* (les éditoriaux) et *intertextuelle* (les nouvelles et les éditoriaux). Bolívar (2007b) indique, d'ailleurs, que dans l'intertextualité les journaux changent leur façon d'évaluer selon leur proximité ou distancement du pouvoir.

Selon nous, cette théorie peut aider à l'analyse des textes écrits (comme les textes journalistiques et les réactions des internautes). Nous pourrions penser que la triade se développe également dans le discours en interaction de la presse en ligne étant donné qu'elle présente le début (*lead* ou *initiation*) et la suite (*follow* ou *continuation*) d'une information qui sera ultérieurement *évaluée* par le récepteur. Se pose alors une question : est-ce le journal en ligne qui s'occupe de choisir les évaluations (des utilisateurs) qui vont « fermer » la mise en scène de son discours informatif ? Nous pourrions, selon nos hypothèses, répondre par l'affirmative : le journal en ligne choisit l'évaluation qui sera publiée et celle qui ne le sera pas. Nous pouvons également nous poser cette autre question : pourquoi choisir une évaluation plutôt qu'une autre ? Est-ce dû au fait que cette information d'ordre participatif est proche de la vision du journal sur un sujet donné ou à sa « proximité ou distance avec le pouvoir » ?

Voici un nouvel exemple tiré de notre corpus expérimental. Il s'agit d'extraits de l'éditorial signé Nicolas Demorand, ancien directeur de *Libération*³², du 17 mai 2011 sur l'affaire DSK. Nous appliquons la structure de la triade au texte journalistique, qui donne lieu aux évaluations des internautes, dont nous retenons trois exemples :

Initiation. « La chute de Dominique Strauss-Kahn se poursuit. A une vitesse vertigineuse et dans une atmosphère d'effondrement, de débâcle » (*texte de Nicolas Demorand*).

Continuation. « ... Partout des caméras et des appareils photos, cette transparence totale qui caractérise la justice américaine mais qui rappelle, ici, un vieux supplice d'Ancien régime : l'exposition publique, autrefois réservée aux condamnés qui, sous les yeux de la foule, devaient payer leurs fautes au prix de la honte ».

³² [En ligne] URL: <http://www.liberation.fr/politiques/01012337849-decheance>

« ... Le spectacle de cette déchéance marquera profondément, et pour longtemps, le rapport des Français à la politique (...) ». « ... Une certitude : cette affaire ne fait que commencer » (*texte de Nicolas Demorand*).

Evaluation. (L.17.05.2011.R1) CE QUI SURPREND LE JOURNALISTE FRANÇAIS C'EST LA DOUCEUR DE LA JUSTICE POUR LES PUISSANTS FRANÇAIS La loi Guigou a été passée pour épargner les socialistes français et les autres puissants qui défilaient de plus en plus souvent devant les juges. Ils sont menottés mais faut pas les voir. Ils sont décadents mais faut pas le dire.

(L.17.05.2011.R11) Un complot américain? On ne peut pas l'écarter même si la théorie des complots a mauvaise presse dans les medias (sans jeux de mots) et sans être parano on ne peut pas exclure une *manœuvre* américaine visant à écarter Stauss-Kahn tant de la direction du FMI que de la Présidence de la République française (...).

(L.17.05.2011.R15) ancien *régime* : droit de cuissage ! *Mr Demorand* votre petit article est un concentré réactionnaire et anti *américain* ! vs ne connaissez pas les lois *américaines* ! tt ce qui se passe est vs vs en doutez bien n'est pas un montage mais la *réalité* du citoyen qui a un moment *dérapé* sur l'autoroute com on dit aux us !

L'interaction du texte journalistique vise à produire de nouvelles interactions avec d'autres textes qui donnent lieu à d'autres textes, comme nous pouvons l'observer dans les deux exemples suivants :

1) Texte journalistique (*initiation, continuation...*). « La chute de Dominique Strauss-Kahn se poursuit. A une vitesse vertigineuse et dans une atmosphère d'effondrement, de débâcle ». « ... Le spectacle de cette déchéance marquera profondément, et pour longtemps, le rapport des Français à la politique (...) ». ↔ **Textes des usagers (... évaluations).** **(L.17.05.2011.R11)** « Un complot américain? On ne peut pas l'écarter même si la théorie des complots a mauvaise presse dans les medias (sans jeux de mots) et sans être parano on ne peut pas exclure une *manœuvre* américaine visant à écarter Stauss-Kahn tant de la direction du FMI que de la Présidence de la République française (...) ».

2) **Texte journalistique (*initiation, continuation...*)**. « ... Partout des caméras et des appareils photos, cette transparence totale qui caractérise la justice américaine mais qui rappelle, ici, un vieux supplice d'Ancien régime : l'exposition publique, autrefois réservée aux condamnés qui, sous les yeux de la foule, devaient payer leurs fautes au prix de la honte ». ↔ **Textes des usagers (... *évaluations*)**. **(L.17.05.2011.R1)** CE QUI SURPREND LE JOURNALISTE FRANÇAIS C'EST LA DOUCEUR DE LA JUSTICE POUR LES PUISSANTS FRANÇAIS La loi Guigou a été passée pour épargner les socialistes français et les autres puissants qui défilaient de plus en plus souvent devant les juges. Ils sont menottés mais faut pas les voir. Ils sont décadents mais faut pas le dire.

(L.17.05.2011.R15) ancien *régime* : droit de cuissage ! Mr Demorand votre petit article est un concentré *réactionnaire* et anti *américain* ! vs ne connaissez pas les lois *américaines* ! tt ce qui se passe est vs vs en doutez bien n'est pas un montage mais la *réalité* du citoyen qui a un moment *dérapé* sur l'autoroute com on dit aux us !

L'analyse des relations intertextuelles explicites aide d'ailleurs à comprendre comment les textes donnent lieu à d'autres autres textes ainsi que les rapports qui existent entre eux. On comprend également de cette analyse pourquoi l'histoire est une condition essentielle à la compréhension du discours (Bolívar, 2007: 261).

1.4.3. *Les interactions verbales*

Kerbrat-Orecchioni soutient un principe essentiel (1990 : 13), que nous soutenons à notre tour : « Tout discours est une construction collective ou une réalisation interactive ». Ainsi :

1) « Tout acte de parole implique normalement une *allocution*, c'est-à-dire l'existence d'un destinataire 'autre', physiquement distinct du locuteur » ; 2) « tout acte de parole implique normalement, non seulement une allocution, mais une *interlocution* (un *échange* de propos → le 'tu' devient à son tour un

‘je’) » ; 3) « À la notion d’interlocution, où deux locuteurs (L1 et L2, ou davantage) se parlent alternativement, s’ajoute celle d’*interaction* » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 55-73).

Moirand (1990 : 124) développe ici la notion d’interaction :

« La dynamique d’une conversation en face à face découle des interactions verbales et de leur enchaînement dialogique. La progression et la cohésion d’un dialogue reposent donc sur des réseaux d’argumentation grammaticale et sémantique qui rebondissent d’un locuteur à l’autre. Mais la logique du monde auquel chacun se réfère entre également en jeu : si elle diffère entre les interlocuteurs, alors surgissent des ratés dans l’intercompréhension, des nécessités d’ajustements dans l’intercommunication ». « La « logique ordinaire » (...), si elle est partagée par les interlocuteurs, permet de réduire la part du verbal « exprimé » (ce qu’on appelle parfois **l’implicite** : il peut être d’ordre situationnel ou culturel mais il est également **inscrit** dans le linguistique) ».

Ce point de vue est complété par Kerbrat-Orecchioni (1990 : 212), qui considère que chaque interaction possède « une organisation qui lui est propre », en cinq « rangs » : *interaction* ou « incursion », *séquence* (« transaction », « épisode », « phase », « section »), *échange* (« exchange », « interchange » (→ unités *dialogales*), intervention et acte de langage (→ unités *monologiques*).

« *L’interaction* est ‘constituée’ [... d’unités de rang inférieur], mais en principe ‘non constituante’ ». Trois critères la définissent : 1) *Le « schéma participationnel »* (« une interaction est délimitée par la rencontre et la séparation de deux interlocuteurs ») ; 2) *L’unité de temps et de lieu* ; 3) *Le critère thématique* (« critère de l’homogénéité thématique », « changeons de *sujet* de conversation ») (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 215).

« *La séquence* peut être définie comme un bloc d'échanges reliés par un fort degré de cohérence sémantique et/ou pragmatique. *Sémantique* : on retrouve là le critère thématique qui a été évacué de la définition de l'interaction » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 218). *Pragmatique* : le macro-acte selon Van Dijk ; le « but », la « tâche » de l'« interactant ».

« *L'échange* », c'est « la plus petite unité dialogale » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 218)³³. C'est avec elle « que commence l'échange », c'est-à-dire « le dialogue au sens strict ». « L'échange est constitué d'interventions » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 224).

« *L'intervention* », c'est l'unité monologale « émise (en principe) par un seul locuteur » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 228). « La contribution d'un locuteur particulier à un échange particulier » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 225).

« *L'acte de langage* ». « Unité minimale de la grammaire conversationnelle » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 229), notion héritée de la « philosophie analytique » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 230).

Nous empruntons l'ensemble de ces concepts car nous pensons qu'ils peuvent nous être très utiles dans le cadre de notre recherche. Nous pensons également que l'interaction produite dans la presse en ligne et l'interaction en « face-à-face » présentent les mêmes caractéristiques générales, que nous avons précédemment évoquées. L'analyse du corpus nous permettra ou non de valider cette hypothèse. Nous avons considéré qu'il était nécessaire de terminer cette partie avec un bref exposé sur la notion d'interaction dans les sciences humaines. Cette recherche nous a permis de préciser le cadre théorique de notre étude.

³³ (Kerbrat-Orecchioni (1990) cite Moeschler [1982: 153], *Dire et contredire. Pragmatique de la négation et acte de réfutation dans la conversation*, Berne/Francfort-sur-le-Main, Peter Lang.

2. De la production, de la réception et de l'évènement

Avant de développer les notions de production, de réception et d'évènement dans la perspective de l'approche sémiolinguistique que nous avons choisie dans notre étude, nous rappellerons ici les variables de notre système d'hypothèses, à savoir que nous voyons la presse en ligne comme une rupture vis-à-vis de la presse écrite et comme une redéfinition du métier du journaliste. Cela nous donnera l'occasion de décrire les conditionnements situationnels du contrat spécifique de la communication tel que nous l'envisageons. Ces redéfinitions nous permettront d'ailleurs de présenter les caractéristiques du processus d'émission-réception dans notre objet d'analyse.

Les différents modèles de la psychologie sociale montrent que « l'interaction est régie de façon relativement contraignante » (Pétard, 1999 : 235). Ainsi, l'environnement restreint les formes de communication. Les positions sociales et les enjeux des participants compriment davantage encore le jeu communicationnel. Les lois mises à jour par l'analyse des conversations déterminent les modes possibles d'interaction. Ainsi, « le discours, qui semble à première vue un objet difficilement analysable en raison de sa complexité, devient de fait beaucoup plus appréhendable ».

La théorie des actes de langage d'Austin (1970) et de Searle (1972) ainsi que la notion d'interaction en linguistique chez Bakhtine et Volochinov (Kerbrat-Orecchioni, 1998 : 51) nous aideront à saisir les enjeux linguistiques et communicationnels relevant de la production et de la réception.

Searle (1972: 52) présente ainsi le cadre de réalisation des actes de langage:

« Premièrement, parler une langue, c'est réaliser des actes de langage, des actes comme : poser des affirmations, donner des ordres, poser des questions, faire des promesses, et ainsi de suite, et, dans un domaine plus abstrait, des actes comme : référer, prédiquer ; deuxièmement : ces actes sont en général rendus possibles par l'évidence de certaines règles régissant l'emploi des éléments linguistiques, et c'est conformément à ces règles qu'ils se réalisent ».

Un utilisateur dans la presse en ligne, de ce point de vue, accomplit des *actes* lorsqu'il exprime son avis à la suite de la publication d'un texte journalistique. « L'unité de communication linguistique n'est pas – comme on le suppose généralement – le symbole, le mot ou la phrase ni même une occurrence de symbole, du mot ou de phrase, mais bien la production ou l'émission du symbole, du mot, ou de la phrase au moment où se réalise l'acte de langage » (Searle, 1972: 52).

La production ou l'émission de phrases dans certaines conditions est un acte de langage, et les actes de langage sont les unités minimales de la communication linguistique.

Cependant, afin de comprendre ces enjeux d'ordre communicatif-linguistique, nous devons présenter le cadre situationnel dans lequel s'insère notre problématique. Comme nous l'avons dit précédemment, un second récapitulatif des travaux ayant été effectués sur le journalisme en général, et la presse en ligne en particulier, notamment en France, nous permettra de revisiter les contextes sociaux qui ont expliqué l'apparition de la presse sur internet et ses conséquences sur l'ensemble des médias de masse. Cette partie cherchera ainsi à rendre compte du processus de **production**.

Au vu des possibilités de production de textes par les internautes, nous faisons l'hypothèse, que nous avons déjà présentée, que chaque lecteur peut être journaliste. Le métier de journaliste est donc en pleine remise en cause. Ce présupposé nous amène à étudier le *principe de l'interaction* (collaboration, coproduction, processus de **réception**) sous l'angle de la double logique symbolique et économique inhérente à la communication médiatique. Ces redéfinitions nous donneront également l'occasion de présenter l'émetteur et le récepteur selon une approche sémio-pragmatique (processus de signification à partir des contextes, conditions d'usage et actes de parole donnés) dans un paysage d'ordre linguistique et communicatif que nous appelons l'**évènement**.

2.1. Production

Dans notre étude, l'émetteur est défini comme le sujet informateur, le journaliste, celui qui présume qu'il possède un savoir inconnu de son récepteur et qu'il est l'instrument *adéquat* pour le transmettre.

Comme nous l'avons rappelé dans le premier chapitre de notre travail, le journaliste est issu de la presse écrite, qui « apparaît alors tel un instrument essentiel d'organisation de 'l'espace public'. Cette notion, développée par Habermas, désigne un espace symbolique intermédiaire entre la société civile et l'Etat » (Lochard et Boyer, 1998 : 43). En France, la presse écrite « résultera d'une combinaison originale qui reste bien vivante au XX^e siècle et qui pourrait sans doute se définir comme l'altération du journalisme d'information par le journalisme d'opinion, politique ou littéraire » (Ferenczi, 1993 : 15-16). Dans le cas français, le journaliste sera donc vu comme un « nouveau personnage, ni écrivain, ni politique, quoique encore proche de l'un et de l'autre ».

Le développement de la presse écrite en France connaît quatre étapes, selon Lochard et Boyer (1998 : 43-45). Elle constitue d'abord, et jusqu'au XVII^e siècle, « l'apanage d'une élite sociale ». Puis, au XVIII^e siècle, le journal « se révèle, notamment durant la Révolution française, comme un efficace vecteur d'expression pour les groupes d'opinion ». Ensuite, dans la seconde moitié du XIX^e siècle, la presse d'opinion « cède progressivement le pas à une 'presse d'information' (...). Le journal se banalise alors ». Finalement, depuis la Première Guerre mondiale, « la presse écrite subit depuis cette époque une lente érosion de son audience ». Les raisons sont évidentes : des facteurs historiques auxquels s'ajoutent « la concurrence de la radio puis de la télévision », « ces deux médias dotés d'une capacité de transmission "instantanée" de l'information ».

Le rôle d'un journal devient fondamental dans la formation d'une opinion publique démocratique et l'introduction dans le discours social de toute une série de débats (Imbert, 1988 : 5). Le journalisme est alors considéré comme un moyen d'instruction pour la société et « donne à ceux qui l'exercent un pouvoir important » (Ferenczi, 2005 : 3).

Le métier de journaliste va cependant connaître une rupture avec l'arrivée de la presse en ligne. Une question s'impose alors : « Est-ce que le pouvoir de l'information échappe aux médias traditionnels pour tomber entre les mains de ceux qui contrôlent la navigation et ses paramètres sur Internet ? » (Fogel et Patino, 2005 : 63). Certains aspects cependant se maintiennent : « Là se trouve le travail du journaliste : raconter des histoires, encore mieux, montrer des histoires bien racontées, bien écrites, avec de l'argument, avec un message, avec *du chien*, avec de l'intérêt » (Vilamor, 2000: 67)³⁴.

³⁴ Traduction personnelle de l'énoncé suivant : « Ahí está la labor del periodista : contar historias, mejor sería decir, mostrar historias bien contadas, bien escritas, con argumento, con mensaje, con gancho, con interés ».

Le journaliste web a toujours besoin, tel son homologue de la presse écrite, d'utiliser un style inspiré de techniques littéraires et cinématographiques dans la structuration du récit : description des scénarios, dialogues, action, séquences en leitmotiv, flashbacks (Sormany, 2000). Dans l'écriture journalistique, ce qui prime, c'est son efficacité à véhiculer un message (Mouriquand, 1997 :3). L'école française de la presse écrite décrit deux types de journalisme : l'un dit « assis », où se développe avec plus de «liberté» le talent littéraire de l'auteur (l'éditorial, la critique), et l'autre dit « de terrain » (la nouvelle, le reportage, la chronique).

Mais le panorama des médias a définitivement changé. Voici la vision de la démocratisation du journalisme selon Canu et Datchary (2010 : 197) :

« Le développement du Web 2.0 rend possible la participation des internautes à la production de l'information. « Cette participation accompagne, semble-t-il, une 'démocratisation du journalisme' et de son corollaire : la contestation d'une expertise (sélection et traduction de l'information) propre à cette profession. Le public aurait en effet acquis les moyens, *via* ce média, de s'autonomiser et même de contourner les journalistes professionnels. La place croissante occupée par le 'journalisme ordinaire', le 'journalisme citoyen' ou encore le 'journalisme participatif' atteste de ce phénomène ».

Canu et Datchary (2010 : 197) signalent d'ailleurs que « l'avènement d'une audience active contraint les journalistes à composer avec un lecteur plus consistant, loin d'une simple représentation projetée ». Ces auteurs observent également que

« la prolifération des échanges entre journalistes et lecteurs, rendue possible par cette participation ascendante, engage les acteurs à réfléchir à la pratique du journalisme et à en redessiner les contours. En d'autres termes, ces transformations invitent les acteurs, notamment les journalistes, à tracer les

contours de la pratique, la redimensionner, affirmer et raffermir les frontières d'une profession, alors même que les mutations actuelles pourraient la mettre en danger » Canu et Datchary (2010 : 198).

Cabriolé (2010), en parlant de « la presse d'information en ligne », affirme que « la production des contenus et leur mise à la disposition des internautes se fondent sur des dispositifs techniques spécifiques, qui sont mobilisés par les professionnels et servent de supports d'actions comme de cadres contraignants ». Dans son travail, Cabriolé montre que « les journalistes se servent de ces dispositifs pour coordonner leurs actions et favoriser l'articulation entre différents mondes sociaux (sources d'informations, marketing, internautes, rédaction papier et web) ».

Nous soutenons le principe du journalisme vu comme « une profession ouverte, et cette plasticité est une force pour elle, un élément moteur de son identité à long terme. La mise en ligne de l'information signifie pour le moment une perte de pouvoir de journalistes professionnels » (Pélisier, 2002: 50).

« Mais si ceux-ci admettent les reconfigurations actuelles au lieu de les occulter et tentent de préserver leur originalité sociale par d'autres moyens que le repli sur soi, alors se mettra peut être en place un phénomène de ré-intermédiation qui fera du journaliste l'un des principaux artisans de la construction d'un cyberspace que l'on est en droit d'espérer plus ouvert et démocratique » (Pélisier, 2002 : 49-50).

2.2. Réception

Cette interrogation de Chabrol (1988 : 172) nous accompagne dans l'étude de la réception : « Depuis la biologie, la psychophysiologie, en passant par les opérations formelles de Piaget, les structures cognitives et jusqu'à la psycholinguistique, quel savoir ne serait pas utile a priori pour comprendre un phénomène aussi total que la lecture d'un journal ? ».

Certes, l'étude de la réception est vaste et mérite une ou plusieurs approches interdisciplinaires. C'est pour cette raison que nous choisissons le contrat de la communication, qui permet de faire du lecteur à son tour une instance actrice et active. Néanmoins, le chemin pris par le lectorat, de la presse classique à la presse en ligne, semble montrer encore quelques contradictions.

En France, par exemple, les lecteurs de presse en ligne restent attachés à la presse papier. Selon différentes études³⁵, si une bonne partie des Français téléchargent ou lisent de la presse numérique sur internet, ils restent encore fidèles aux journaux papier. Il semble que les lecteurs de presse français se convertissent progressivement aux nouveaux supports. L'institut d'études GfK, en association avec l'Agence France Presse, a constaté en mai 2011 une légère augmentation des lecteurs de presse numérique. Ces analystes soutiennent que « lorsqu'il y a une actualité très forte, comme les révolutions dans les pays arabes, les gens ont besoin de savoir ce qu'il se passe, et vite, et internet est devenu un outil idéal pour cela »³⁶.

Le lecteur de presse reste bien entendu un sujet presque insaisissable. Nous pouvons cependant au moins étudier le récepteur à partir du type de situations dans lesquelles s'inscrit le contrat de communication de la presse en ligne. Nous étudierons également les

³⁵ Nous citons le troisième baromètre REC (Référence E-Content) réalisé par l'institut GfK en France et publié en mai 2011. Cette étude, conduite auprès de 1 000 personnes âgées de 15 à 65 ans, « décrypte et analyse » les comportements des internautes Français en matière de consommation de contenus numériques. Une autre étude, diffusée en mars 2011 et dirigée par Médiamétrie, indique que « 79% des lecteurs numériques privilégient les sites de quotidiens nationaux (*Le Figaro*, *Le Monde*...), loin devant ceux de la presse quotidienne régionale (*Ouest France*...) et des news magazines (*L'Express*, *Le Point*...) ». Cette information, publiée sur *LeFigaro.fr*, évalue les résultats des analyses avec l'énoncé suivant : « Normal, ce sont eux (les sites de quotidiens nationaux) qui produisent la part la plus importante de l'offre du contenu en ligne ». Des internautes répondent à cette information, et l'un d'eux dit : « (...) *seul un idiot ne pourra comprendre cet attachement charnel, toucher un journal, certes on a les mains sales, mais le bruit du papier que l'on déploie est inimitable* ». Les Français, apparemment et pour l'instant, restent vraiment fidèles à la tradition de la presse classique. (En ligne. URL : <http://www.lefigaro.fr/medias/2011/04/22/04002-20110422ARTFIG00584-les-lecteurs-de-presse-en-ligne-attaches-au-papier.php>).

³⁶ On peut approfondir cette information sur le site www.gfkt.com.

marqueurs qui permettent de repérer les stratégies discursives mises en scène. Pour cette raison, bien que dans une perspective différente d'étude de la réception, Chabrol (1988 : 162) rappelle que toutes « les pratiques langagières se développent dans un cadre situationnel *interactionnel*, qui permet normalement une *rétro-action immédiate* du participant mis d'abord en position d'interlocuteur ou allocutaire par un premier participant allocuteur ».

Cette conclusion procède du *dialogisme* en tant que concept d'échange langagier. Le dialogisme, dans les études sémiolinguistiques des médias, partage une place avec le *monologisme*, dont le cadre situationnel, selon Chabrol, « pose une interaction *médiate* et indéterminée sans rétro-action interlocutive » (Chabrol, 1998 : 163).

Ces notions nous aident à dresser le portrait du récepteur dans la presse en ligne. Selon cette position, on considère également que l'*identification* des contrats de parole ou de communication liés à un type situationnel, où nous constatons l'existence de marqueurs permettant le repérage d'une stratégie discursive donnée, détermine des questions complexes et fondamentales pour l'étude de la réception.

Nous pouvons nous interroger sur les attitudes des internautes, sur l'évolution de leurs mœurs, ou sur la manière dont ils réagissent face aux changements sociaux liés aux nouvelles technologies. Nous présentons à la suite les interactions discursives auxquelles donne lieu la presse en ligne.

2.3. L'événement

Le journaliste, qu'il soit de presse écrite ou de presse en ligne, est en face d'une même matière : l'information journalistique. Celle-ci est définie comme « la description précise

et/ou l'explication d'un fait (événement ou situation) d'actualité ; ce fait étant significatif universellement ou collectivement ; recherché au nom du public et de son droit de savoir ; sélectionné, hiérarchisé et mis en forme » (Martin-Lagardette, 2009 : 210).

La presse, selon Naville-Morin (1969) envoie à son lecteur un message à partir de trois tendances explicites : « la tendance à l'exhaustivité » (« la promesse de *tout* dire ») ; « la tendance à la variété » (« la promesse de *tout* ») ; « la tendance à l'actualisation, qui est la promesse non seulement de dire tout sur tout, mais de le dire au moment (presque) où il se produit ; de le dire 'comme si vous y étiez' » (Naville-Morin, 1969 : 13).

« Les informations sortent, envers et contre tout, dans le désordre, grâce en partie au zèle des professionnels qui déferrent, mettent en forme, et qui savent qu'ils sont parfois en position privilégiée pour crier au monde de prêter attention » (Palmer, 2003 : 210). Le récit (*story*) est l'événement construit du contrat. Mais qu'est-ce exactement que l'événement brut, et comment devient-il un produit de la machine productrice de sens ?

Charaudeau donne une définition de l'événement brut, en disant que

« c'est quelque chose qui s'est produit ou a été produit, une modification de l'état du monde qui s'est manifestée physiquement, qui est perceptible mais encore sans signification. Pour qu'il signifie, il est évidemment nécessaire qu'il soit perçu, mais aussi que soit formulé à son propos un discours qui permette de lui donner du sens afin de l'intégrer dans un monde d'intelligibilité sociale » (Charaudeau, 2003 : 187).

Un événement, de ce point de vue, est soumis aux principes de *modification*, de *rehausse* et d'*imprégnation* (Charaudeau, 2003 : 123). Ainsi, l'événement médiatique est le

résultat de l'un de ces discours qui transforme les faits bruts en un événement susceptible d'être perçu et bien compris par les récepteurs de l'information.

Voici les critères de construction (Charaudeau, 2003 : 187) de l'événement médiatique, mis en rapport avec les principes mentionnés ci-dessus :

« **Critère d'actualité** → Rendre compte de ce qui s'est passé dans une temporalité coextensive à celle du sujet informateur-informé. → *Principe de modification* ».

« **Critère d'expectative** → L'information médiatique doit capter l'intérêt-attention du sujet-cible ; doit travailler avec son système d'expectative prévision/imprévision. → *Principe de rehausse* ».

« **Critère de sociabilité** → L'information médiatique doit traiter de ce qui surgit dans l'espace publique, et doit s'assurer que cela peut être partagé et être visible. → *Principe d'imprégnation* ».

Autour de l'événement, nous trouvons toujours l'instance médiatique et l'instance de réception. Le contrat tel que nous l'avons vu nous indique que la communication médiatique est une communication sans échange. Le média, donc, est obligé de *simuler* cet échange (Charaudeau, 2003 : 259). Mais dans la presse en ligne, apparemment, l'instance médiatique peut se faire une idée du fonctionnement cognitif de son récepteur, et même de ses réactions affectives. Le forum ou l'espace de commentaires sont des outils destinés à captiver son audience et à connaître la réaction de cette dernière face à un événement médiatique donné.

D'après nos hypothèses, on peut parler dans la presse en ligne de plusieurs instances de réception qui vont produire plusieurs événements interprétés dans un continuum d'événements. Ce processus, comme nous l'avons dit, permet aux instances réceptrices de reconstruire l'événement brut dans une sorte d'événement médiatique. Les récepteurs de la presse en ligne n'ont cependant pas les mêmes conditionnements discursifs que l'instance

médiatique. Celle dernière peut en outre choisir (voire censurer) la participation de ses internautes. Le média, donc, au lieu de simuler la communication, l'intègre dans sa stratégie et fait en sorte qu'elle soit visible et qu'elle puisse convertir en retour un média de masse en un espace « démocratique » où il est possible d'exprimer librement des opinions sur la réalité, le monde, la vie ou l'événement brut.

Savoir comment est organisé l'événement dans la presse en ligne, c'est l'un de nos problèmes. Lochard (2000) construit les éléments de composition d'une *émission* dont nous pouvons retenir quelques concepts et les appliquer à la presse multimédia (type de séquence) et à ses niveaux de signification (images, des paroles, surtout).

Au sujet de la construction de l'événement journalistique, nous rappelons la place des « genres rédactionnels » dans son appréhension en tant qu'unité linguistique-communicative :

« Généralement minorée, la composition discursive des formats d'écriture journalistique intervient comme un facteur déterminant dans le processus de « médiation symbolique » des événements médiatiques. Après une proposition de reclassification des « genres rédactionnels » distingués par les professionnels, [on repère] certaines évolutions de ces formes d'écriture informative, observables dans plusieurs projets éditoriaux [...] de quotidiens français. S'y manifeste en effet une tendance à la minoration de genres élaborés à « portée configurant » au profit de formes condensées qui traduisent une autre image du lecteur et dont les effets de « décontextualisation » questionnent la notion même d'événement » (Lochard, 1996).

Pour cela nous avons besoin des modèles théoriques qui essayent de rendre compte à la fois des processus de production, de médiation et de réception des messages médiatiques.

« Toute production langagière – qu'elle s'inscrive dans une situation inter-individuelle ou collective, (im)médiate ou médiatisée – est soumise à des jeux de régulation régis par des normes et des conventions. Au même titre que d'autres manifestations du discours social, les productions médiatiques peuvent être définies comme autant d'actes de discours. Située au croisement d'intentions de communication portées par différents acteurs professionnels, de contextes situationnels et de jeux réciproques d'attentes spectatoriels, leur étude permet de mettre au jour des corrélations entre la manifestation sémiologique des faits discursifs et des contraintes extra-langagières » (Lochard et Solages, 2004 : 22).

La notion de mémoire collective devient ainsi l'un des concepts clés permettant de comprendre l'origine des événements médiatiques :

« La mémoire du discours construit le passé en même temps qu'elle le restitue car toute restitution est reconstruction » (...). « La mémoire collective est donc constituée de mémoires plurielles et de schématisations primaires comme les mythes, aussi bien que de configurations individuelles » (...). « Cette description théorique conduit donc à prendre en compte la mémoire collective comme mémoire plurielle articulant de l'individuel, mémoire groupale distincte d'une mémoire sociale plus large, et mémoire familière résultat d'une appropriation par les individus de la mémoire historique » (Paveau, 2006 : 87-88).

La construction des événements, qu'ils soient médiatiques ou interprétés, est celle des procédures de classification, d'ordonnancement et de distribution des discours.

Chapitre 5

Méthodologie

La méthodologie que nous allons employer est qualitative. Elle est également hypothético-déductive, parce qu'il s'agit d'une étude (1) « empirique-théorique », (2) « inductive » (pour aller « du particulier au général ») et (3) « analytique » (approche linguistico-discursive). Nous essaierons ainsi de procéder à « la classification » et à « la décomposition » des éléments sémiolinguistiques en interaction en ses parties ou composantes afin de les étudier et de rechercher les relations qui existent entre ces parties (variables) (Hurtado et Toro, 2007 : 75).

Cependant, devant la nécessité de faire le choix méthodologique le plus adéquat pour notre étude, il convient en premier lieu d'évoquer certaines questions susceptibles d'être posées dans le cadre d'une étude comme la nôtre et qui ont auparavant été formulées par Mourlhon-Dallies, Rakotonoelina et Reboul-Touré (2010). Ces chercheuses, en analysant les discours produits sur internet, se demandent s'il est possible d'appliquer « les 'anciens' modèles théoriques sur ces nouveaux corpus » (dans notre cas il s'agit des commentaires des utilisateurs de la presse en ligne). Il s'agit ainsi de se demander si ces derniers conduisent « à modifier les concepts et les notions utilisés dans l'étude et l'analyse de corpus plus

traditionnels (écrits ou oraux) », mais également « à quels nouveaux concepts faudrait-il éventuellement se référer pour cerner les spécificités de ces nouveaux corpus ».

Nous avons choisi d'adopter l'approche méthodologique de ces mêmes auteures (2010), approche qui relève de trois niveaux d'analyse. En premier lieu, notre *objet d'étude* ou corpus (matériel) issu d'internet est la presse en ligne. Il s'agit pour nous d'informations journalistiques publiées en ligne, auxquelles il faut ajouter les réactions ou commentaires des utilisateurs-lecteurs. En second lieu, l'*objet de l'analyse*. Ici c'est le cadre transdisciplinaire de notre étude qui sous-tend notre analyse et qui lui donnera forme. Il s'agit donc en troisième lieu d'« examiner en quoi les objets d'analyse ainsi construits s'inscrivent dans des problématiques de recherche plus ou moins centrales dans les disciplines mères » pour aboutir aux *objets de recherche*, « relevant d'une théorisation plus avancée », c'est-à-dire, pour résumer, à la recherche de cadres conceptuels.

Dans cette progression strictement méthodologique, un objet d'étude (la presse en ligne) peut alors devenir un objet d'analyse et un objet de recherche. À cette fin, cette étude s'appuie sur deux grands courants fondamentaux : la communication médiatique et l'analyse du discours.

Selon nous, pour étudier les discours de la presse en ligne, nous devons connaître les enjeux relevant de la communication d'un média. Il est possible de les étudier selon une infinité d'approches théoriques. Cependant la plupart évoquent la contradiction interne du média qui relève d'une logique symbolique (pouvoir de représentation de la machine médiatique) et d'une logique économique (elle doit fonder sa stratégie sur ses impératifs économiques). Ces approches traitent également de la situation et du contrat spécifiques qui

régissent et donnent forme aux principes généraux qui gouvernent la communication humaine, constituée des instances de production et de réception (Lochard et Boyer, 1998: 11-18).

Nous proposons donc de catégoriser les conditions et les caractéristiques d'un discours composé de différentes structures discursives : un texte A (l'information écrite par le journaliste et publiée sur internet), à laquelle s'ajoute un discours B (la réaction de l'internaute qui interagit avec d'autres utilisateurs-lecteurs et qui donne lieu à la production d'une série de discours C, D, E...). Si le discours A constitue l'émission de l'information, les autres discours font partie du processus de réception et constituent un type particulier d'émissions.

Cette multiplicité de discours donne également lieu à ce que nous aimerions appeler une multiplicité d'interprétations des événements textuels. Cette remarque se fonde, comme nous l'avons vu, sur les travaux de Charaudeau (2003) qui définit le discours de l'information comme l'un des éléments participant de la construction du « miroir social ».

Nous rappelons pour résumer que l'ensemble des concepts que nous souhaitons utiliser se situent à mi-chemin entre les sciences de la communication et du langage. Parmi nos objectifs, nous souhaitons rassembler et structurer toute une série de principes méthodologiques qui vont nous permettre d'étudier la dimension communicationnelle et discursive de la presse en ligne à travers l'analyse de l'objet d'étude, de l'objet d'analyse et de l'objet de recherche. Nous tenterons ensuite de rendre compte des problèmes posés par le choix de la *matérialité langagière* (écrite, dans notre cas), la valeur de la représentativité du matériel recueilli, les catégories qui feront l'objet de l'analyse ainsi que les variables externes

de temps et d'espace, comme les types de locuteurs et les dispositifs de communication (Charaudeau, 2009a).

Afin de préciser notre cadre méthodologique, nous présentons ci-dessous les caractéristiques du corpus que nous avons choisi ainsi que les différentes problématiques d'analyse qui nous permettront de procéder à la vérification de notre cadre d'hypothèses.

1. Le corpus

Évoquant les spécificités d'un corpus et sa mise en rapport avec une problématique donnée, Charaudeau (2009a : 50) indique : « Le *corpus* se ressent de cette vision empirique de l'objet d'étude. [...] Il participe ainsi d'une démarche heuristique, en ce que celle-ci propose un certain cheminement intellectuel à partir d'hypothèses de base pour découvrir "des faits et des idées" ».

L'analyse de notre corpus, essentiellement constitué de *textes* (productions langagières en situation), se fonde sur la méthode dite « cognitive et catégorisante », dont les principales idées directrices tournent autour de la signification des mots du discours et de la pragmatique, ainsi que de la grammaire du texte, « qui traite des problèmes de cohérence et cohésion textuelles » (Charaudeau, 2009a : 48-49).

Les propriétés et les caractéristiques des textes qui composent notre corpus relèvent également de la construction théorique-méthodologique de l'étude (Bolet, 2006). Nous cherchons ici à comprendre les traits discursifs qui se dégagent des textes journalistiques et

des réactions des utilisateurs pris comme un tout afin d'aboutir à la proposition d'une théorie de la coproduction journalistique.

Pour cela, nous proposons de présenter une étude des versions numériques des quatre journaux dits de référence : *The New York Times*, *Der Spiegel*, *El País* et *Le Monde*. L'épisode médiatique choisi est constitué par les élections présidentielles au Venezuela, en octobre 2012.

Après avoir dirigé le pays pendant quatorze ans, Hugo Chávez (1954-2013) était devenu une figure emblématique de la gauche latino-américaine. Accusé de diviser les Vénézuéliens avec ses idées mais considéré comme un « messie » par une grande partie de la population, Hugo Chávez avait bénéficié du plus fort boom pétrolier de l'histoire du pays. Cette situation lui avait permis, selon ses adversaires, de radicaliser encore davantage son discours de défense des groupes défavorisés contre les intérêts des puissants, représentés par la droite et la présence nord-américaine dans la région. La période retenue pour notre échantillon est de trois jours : les 7, 8 et 9 octobre 2012. Le cadre suivant introduit le traitement quantitatif de notre corpus pendant la période signalée :

<i>The New York Times</i> «Re-election Lament», Francisco Toro, 9 octobre 2012 «Chávez Wins, Kirchner Wins», Daniel Politi, 9 octobre 2012	2 informations + 7 réactions	9 textes
<i>Der Spiegel</i> «Chávez-Sieg in Venezuela Triumph stimmt den Caudillo milde», Jens Glüsing, 8 octobre 2012	1 information + 13 réactions	14 textes
<i>El País</i> «El nuevo presidente contará con el regalo del ingreso en Mercosur», Francisco Peregil, 7 octobre 2012	1 information + 28 réactions	29 textes
<i>Le Monde</i> « Hugo Chavez réélu à la tête du Venezuela », 8 octobre 2012	1 information + 36 réactions	37 textes
Total	5 informations + 84 réactions	89 textes

Afin de mener à bien nos recherches, nous nous sommes abonné aux éditions en ligne de trois quotidiens français (*Le Monde*, *Le Figaro* et *Le Parisien*) pendant le premier semestre de l'année 2011. Ainsi, nous avons pu directement observer la presse en ligne, « de l'intérieur », en qualité de lecteurs-utilisateurs, avec la possibilité de réagir aux informations délivrées par l'instance médiatique. Nous avons ainsi pu analyser un total de 1.030 textes, constitués de documents journalistiques et commentaires d'internautes, relatifs aux

affaires Mediator et DSK. Ces analyses préliminaires nous ont permis d'étudier le fonctionnement des textes en interaction, leur configuration et leur interdépendance dans la trame discursive.

2. Problématiques d'analyse

Dans sa définition du concept de problématique, Charaudeau (2009a) est proche de l'axe méthodologique des trois niveaux d'analyse proposé par Mourlhon-Dallies *et al* (2010) pour établir les bases de l'étude des discours produits sur internet :

« Une problématique (emploi substantif) est un ensemble cohérent de propositions hypothétiques (ou de postulats) qui, à l'intérieur d'un champ d'étude, déterminent à la fois un objet, un point de vue d'analyse et un questionnement par opposition à d'autres questionnements possibles » (Charaudeau, 2009a : 48).

En nous appuyant sur cet auteur et sur le double parcours que nous envisageons (la communication médiatique et l'analyse du discours), nous souhaitons situer nos hypothèses au carrefour de ces deux axes, en disant que notre problématique est communicative et descriptive, car l'*objet* est déterminé à partir de l'observation des phénomènes manifestés par la presse en ligne, dont on cherchera à décrire plusieurs types de situation communicative. Le *sujet* (le journaliste et l'internaute) « est lié à cette empirie des échanges communicatifs », « un sujet de communication qui se définit par son identité psychologique et sociale. » Le *corpus* est constitué de textes « qui sont regroupés en fonction de leur appartenance à tel ou tel type de situation » (le texte journalistique, les échanges ou débats proposés par la publication en ligne de ce texte-là), (Charaudeau, 2009a : 50).

Après cette brève introduction, nous souhaitons nous interroger sur certaines problématiques relatives à la communication médiatique, à l'analyse du discours ainsi qu'à la méthodologie d'analyse de la presse en ligne.

2.1. Une problématique sur la communication médiatique

« Quelle que soit la finalité poursuivie, tout acte de communication s'inscrit en effet dans une *situation* particulière dont les règles doivent être identifiées et respectées par les protagonistes pour que cet acte puisse se réaliser » (Lochard et Boyer, 1998 : 11). Dans la presse en ligne, il conviendra de savoir premièrement quelle est la « situation particulière » dans laquelle s'inscrit l'acte communicatif. Il s'agira ensuite de savoir quelles sont les règles que ces protagonistes (émetteur et récepteur) doivent identifier et respecter. Et donc, de réviser le contrat de communication « proposé initialement par Greimas et postérieurement développé, dans le champ des sciences du langage, par Charaudeau » (Lochard et Boyer, *Ibid.*) pour l'appliquer à la recherche sur la presse en ligne.

Dans ce contrat, un émetteur (le journaliste) agit selon une visée dite informative (le projet de faire partager un savoir ignoré par le destinataire) en contradiction avec une visée dite séductrice. Pour la compréhension de ce phénomène, il convient ici de reprendre les « caractéristiques discursives de l'influence » que Charaudeau (1993) a dégagées à partir d'une analyse des « débats médiatiques », que nous adaptons à notre étude :

« [...] la construction du sens de discours — du fait que celle-ci résulte de la combinaison des données de l'« acte d'énonciation » avec celles du « contenu propositionnel » — est, non pas éclatée, mais plurielle, d'une pluralité diversement organisée selon que cette construction est opérée par le locuteur ou l'interlocuteur-interprétant. De plus, s'agissant du sens construit dans des situations d'interlocution,

celui-ci fait l'objet d'une construction-reconstruction par ajustements successifs du fait du jeu d'interactivité » (Charaudeau, 1993 : 121).

Nous pouvons ainsi insérer la question de la visée contradictrice de l'émetteur-journaliste (information plus séduction) dans le « jeu d'interactivité » et tenter de « suivre une démarche qui consiste à décrire d'abord les caractéristiques discursives des différentes interventions, pour voir ensuite comment se construit l'échange, selon le point de vue d'analyse qui a été choisi » (Charaudeau, 1993 : 121).

Néanmoins, de nombreuses questions se posent, quelques-unes ayant déjà été formulées auparavant : Suite à la publication d'une information, peut-on supposer que la presse en ligne a l'intention, dans le but de fortifier les bases de la logique économique de sa machine productrice de sens, de promouvoir ses débats en partageant les réactions de ses lecteurs ?

Est-ce que le journalisme appelé « citoyen » ou « participatif » est plutôt une stratégie publicitaire, commerciale (voir séductrice), de l'industrie journalistique ?

Est-ce qu'« il se peut que Dominique Wolton ait raison lorsqu'il affirme que ce temps réel, qui bouscule les échelles habituelles du temps et de la communication, est probablement l'essentiel comme facteur de séduction chez le public » (Leal Adghirni, 2002) ?

Le lecteur a-t-il vraiment les mêmes outils de construction du message que ceux qu'utilise le journaliste web ?

Qui prend la décision concernant le choix des réactions ou des commentaires qui seront finalement publiés dans les forums ou débats et sous quels prétextes ?

Finalement, qui est l'émetteur ? Est-ce quelqu'un qui regarde simplement la toile comme un instrument qui lui permet d'être plus créatif, plus proche de son lecteur ? Est-ce quelqu'un qui écrit sur le web, entre autres raisons, parce que le manque d'espace est un cancer de la presse écrite³⁷ ? Ou, par ailleurs, est-il un sujet dont l'identité est mise à l'épreuve (Pélisier, 2002 ; Cavelier-Croissant, 2002) ?

Mais également, qui est le récepteur ? Peut-il être appréhendé à travers une typologie fondée sur son usage d'internet, et ce en fonction de ses caractéristiques personnelles particulières (d'ordre économique, culturel, social, symbolique) ? (Meyen *et al*, 2010)

La production d'informations sur internet renforce des affirmations telles que « *mass communication is now a much more egalitarian process, in which the masses can now communicate to the masses* (Napoli, 2010) » ou encore « *everyone is a journalist* (Gunter, 2003: 167)³⁸. » Des points de vue plus anciens, indiquant que « le journal électronique constitue d'ailleurs plus un complément qu'un concurrent du journal papier » et que « ce qui manque en premier lieu aux journaux électroniques, c'est un véritable public, un lectorat clairement identifiable (Marino, 1996) », doivent alors aujourd'hui être questionnés et constituer, tout particulièrement dans le deuxième cas, l'épicentre des réflexions que nous venons d'évoquer.

³⁷ Cf. *El País*, le 11 mars 2010. « Ramón Lobo: La falta de espacio es uno de los cánceres del papel. »

³⁸ Cf. B., Gunter (2003: 167). L'auteur ajoute: « Mass communication has become integrated with interpersonal communication, meaning that media consumers now expect to be able to select what they want to consume when it suits them by placing individual orders at their own convenience. »

2.2. Une problématique sur l'analyse du discours

Actualiser et appliquer les principes généraux du contrat de la communication médiatique à la presse en ligne nous demande d'insérer l'analyse de son discours « dans une problématique d'ensemble qui tente de relier les faits de langage avec certains autres phénomènes psychologiques et sociaux : l'*action* et l'*influence*. Dès lors, il s'agit de traiter du phénomène de la construction psycho-socio-langagière du sens, laquelle se réalise à travers l'intervention d'un sujet, lui-même psycho-socio-langagier », (Charaudeau, 1995). Nous pensons que cette caractéristique multidimensionnelle du langage, qui se compose d'une dimension *cognitive*, *sociale* et *sémiotique*, peut nous aider à expliquer les processus de sémiotisation du monde dans la presse en ligne, et ce à partir des principes d'*interaction*, de *pertinence*, d'*influence* et de *régulation* qui appartiennent au *processus de transaction* (Charaudeau, 2009b).

De l'ensemble de nos questionnements, nous retenons les outils conceptuels suivants afin de dérouler nos hypothèses : si, à partir de la linguistique discursive, on étudie les discours de la presse en ligne selon l'équation *information journalistique* + *réactions des lecteurs* + *interactions* = *résultats*, pouvons-nous alors nous appuyer sur une approche pragmatique (actes de langage³⁹) pour déterminer, disons, le choix des verbes comme moteurs d'action à travers la sémantique du discours (Charaudeau, 2005)⁴⁰ ? Peut-on parler également, dans les discours de la presse en ligne, de cette sémantique dont un mot « a quelque chose (un ou des traits) qui —sans être explicite— est potentiellement disponible, ce

³⁹ Voir Austin (1970) et Searle (1972).

⁴⁰ Charaudeau rappelle dans ce texte : « Le langage est un tout qui dans ses différentes réalisations tisse une toile sémantique, parfois labyrinthique, dont chaque fil est lié de façon plus ou moins directe aux autres. » L'auteur rappelle ensuite que le concept de *virtuème* (« la capacité du signe à être porteur, virtuellement, d'un sens qui ne s'est pas encore exprimé [le virtuel s'oppose au réalisé] et dont l'apparition se trouverait justifiée par la potentialité sémantique dont il est porteur du fait de ses multiples emplois ») constitue le biais qui établit un lien potentiel entre sens de la langue et sens du discours.

qui lui donne la capacité d’«accueillir» des sens non prévus qui sont apportés par le contexte interdiscursif », voire interdiscursivité ? (Charaudeau, 2005).

La sémantique du discours fait que le sens s’obtient par calcul selon trois types d’inférences : inférences *contextuelles*, *situationnelles* et *interdiscursives*. Nous nous demandons donc : quels actes de langage-verbos choisit le rédacteur web d’une information, structures qui selon la pragmatique fonctionnent comme connecteurs ? Et quels actes de parole, à son tour, choisit l’internaute, pour répondre au journaliste ou pour donner son avis, ou pour interagir avec des autres participants ? Quels sont les actes-verbos qui lient l’émetteur avec le récepteur du contrat de la communication que nous essayerons d’étudier dans la première problématique énoncée ?

« Une chose est l’intention de sens que peut avoir un locuteur en produisant un discours, autre chose les sens possibles que peut véhiculer le discours produit, autre chose encore les effets que construit ou reconstruit le récepteur (Charaudeau, 2009b). » L’auteur trouve essentiel d’arriver à la construction du sens dans les trois lieux de la machine médiatique (production, produit, réception) grâce à cette approche linguistique mentionnée.

2.3. Une problématique sur une méthode d’étude de la presse en ligne

Nous venons brièvement d’introduire les deux problématiques relatives à la communication médiatique et à l’analyse sémiolinguistique du discours pour tenter de montrer le fonctionnement du contrat et la construction du sens dans la presse en ligne. Nous avançons également l’hypothèse selon laquelle il faut avoir une méthode, dont on espère proposer les principes, pour l’étude communicative et discursive des textes générés par le cyber-journalisme.

La thèse consistera donc à travailler à l'élaboration d'une méthode d'analyse pour ce projet mais aussi pour d'éventuelles recherches ultérieures sur les réseaux sociaux (*Facebook*, *Twitter*, par exemple), nouveaux lieux d'expression pour les journalistes et les internautes. Dans cette problématique, l'*objet* d'étude est constitué par le texte journalistique en interaction avec les textes produits dans un cadre dit de journalisme citoyen ou participatif. Nous verrons de quelle manière il est possible de structurer des matériaux générés par la presse en ligne à des fins d'analyse, tout en essayant de répondre à certaines questions parmi lesquelles celles-ci : comment analyser les sites web des journaux qui plusieurs fois pourront se voir comme une extension de leurs homologues « papier » ?

En ce qui concerne la définition de ce qu'est une analyse de site approfondie, Rouquette (2009: 5) rappelle que « les sites nécessitent autant d'outils spécifiques qu'il existe de logiques traversant la construction de ces derniers : logiques sociales, esthétiques, ergonomiques, économiques, normatives, publicitaires, cognitives, professionnelles ».

Le *sujet* d'étude, selon cette problématique, est l'analyse même du discours. Ainsi, quelle position théorique devrait-on adopter vis-à-vis des problématisations concernant les corpus et les discours de la presse en ligne ? Sur le *corpus*, nous reviendrons sur les problèmes qui concernent le recueil des données, l'importance du matériel recueilli ainsi que les variables internes et externes du matériel langagier (nous aurons l'occasion de préciser cet ensemble de concepts lorsque nous évoquerons les spécificités des corpus à analyser).

Le tableau suivant résume les notions que nous venons de présenter :

<i>Objectifs d'analyse</i>	<i>Composants à étudier</i>	<i>Cadres théoriques envisagés</i>	<i>Principes d'organisation du cadre méthodologique</i>
Sur l'analyse sémiolinguistique du discours	L' <i>objet</i> d'étude (ensemble de mécanismes discursifs) Le <i>sujet</i> d'étude est <i>cognitif</i> . Le <i>corpus</i> , dit <i>aléatoire</i> (contextes linguistiques).	L'analyse sémiolinguistique proposée par Charaudeau ; la théorie des actes de parole (Austin ; Searle ; Habermas).	Le corpus (les textes journalistiques et les réactions des internautes vis-à-vis du journaliste et des autres lecteurs).
Sur la communication médiatique	L' <i>objet</i> d'étude est <i>empirique</i> (déterminé à partir de l'observation). Le <i>sujet</i> d'étude est construit et théorisé en fonction des échanges communicatifs. Le <i>corpus</i> (textes qui appartiennent à une situation déterminée).	Les études sur la communication médiatique à partir d'une révision des théories de la communication de masses ; la comparaison et possible application des dispositifs destinées à l'étude d'autres médias à l'étude de la presse en ligne.	L'objet d'analyse (le journaliste et les internautes mais aussi ce qu'ils disent et comment ils le font).
Sur la méthodologie d'étude de la presse en ligne	Sur l' <i>objet</i> d'étude, le texte journalistique en interaction avec les textes produits dans un cadre dit de journalisme citoyen ou participatif ; la question de savoir de quelle manière on peut structurer des matériaux générés par la presse en ligne aux fins de son analyse. Sur le <i>sujet</i> , l'analyste du discours ; la question de savoir quelle posture théorique doit être envisagée vis-à-vis des problématisations sur les corpus et les discours. Sur le <i>corpus</i> (le recueil des données, l'importance du matériel recueilli, et les variables internes et externes du matériel langagier).	Focalisation d'un point « X » dans l'interdisciplinarité dans les sciences de la communication et de l'information, les sciences du langage et d'autres sciences humaines et sociales (objectif envisagé dans la proposition de la méthodologie d'étude de la presse en ligne).	Objets de recherche (cadres conceptuels, théorisation plus avancée).

Chapitre 6

Analyse du corpus et résultats

Comme nous l'avons vu, les quatre journaux que nous avons choisis sont considérés comme faisant partie du club de la presse de référence dans le monde. *The New York Times*, *Der Spiegel*, *Le Monde* et *El País* représentent ainsi des titres de référence dans le journalisme mondial. À l'exception de l'hebdomadaire *Der Spiegel*, qui connaît d'ailleurs la plus forte diffusion d'Europe, l'échantillon est composé de quotidiens. En tous les cas, ces médias ont une longue tradition derrière eux, tradition fondée sur les critères journalistiques qui définissent, selon certains auteurs (Kovach y Rosentiel, 2004), le journalisme authentique : la véracité, l'objectivité, le sérieux, l'indépendance, l'engagement, l'honnêteté, le sens des responsabilités et un positionnement intellectuel qui, selon les cas, peut recouvrir une tendance politique ou idéologique. *El País* s'affiche ainsi comme un quotidien pro-européen et progressiste (*El País*, 2003) et a un temps été associé au centre-gauche espagnol.

Cependant, nous n'étudierons pas à proprement parler ces quotidiens ni leurs versions en ligne, mais les discours qu'ils mettent en œuvre. Étant donné que nous avons choisi l'approche de l'analyse sémiolinguistique du discours (Charaudeau, 1995) afin de comprendre comment fonctionne l'interaction des textes dans la presse en ligne, nous souhaitons exposer les caractéristiques de ce type d'analyse, en les adaptant, évidemment, à nos objectifs.

Nous allons premièrement présenter les caractéristiques des *comportements sémiotiques* (c'est-à-dire, le « comment on dit les choses ») en fonction des *conditions psycho-sociales* qui les déterminent selon les types de situations d'échange, ce que Charaudeau (auteur auquel nous empruntons ces notions) nomme *le contrat*. Nous allons donc tenter d'expliquer, comme nous l'avons annoncé en introduction, en quoi consiste chacun de ces concepts à partir des objectifs définis.

Deuxièmement, nous chercherons à connaître la *relation de réciprocité* qui s'établit dans le contrat, c'est-à-dire, à savoir d'une part quelles sont les conditions nécessaires à la justification des divers comportements sémiotiques possibles et d'autre part quels sont les comportements sémiotiques concrets nécessaires à la satisfaction de certaines conditions. Cette affirmation nous conduit à rappeler que tout contrat de communication se définit par un *type de situation*, ce qui nous permet de comprendre quelles sont les constantes et les différences qui autorisent une classification des textes.

Troisièmement, nous pensons que nous avons besoin d'établir dans notre étude une *typologie des conditions de réalisation des textes*, c'est-à-dire des contrats de communication, étant donné qu'il existe des contrats généraux qui se combinent entre eux et qui peuvent donner lieu à des variantes. En l'espèce, nous nous intéresserons aux différences de réalisation d'un contrat dans des contextes socio-culturels différents. Par exemple, nous chercherons à savoir quelles conditions s'établissent en Espagne (*El País*) et en France (*Le Monde*), deux titres distincts mais tous deux européens, et quelles autres conditions s'établissent dans la presse américaine (*The New York Times*, en l'occurrence) mais aussi quelles différences existent entre elle et ses homologues de l'autre côté de l'Atlantique. Ces

observations nous amènent à définir un contrat journalistique à partir de deux types de contrastes : un contraste *interne*, où le corpus a été construit à partir d'un élément commun (les journaux électroniques), mais diversifié de par ses « marques » ou titres (*Le Monde*, *Der Spiegel*...) ; et un contraste externe, défini par une variable spatiale (c'est-à-dire, présenter les caractéristiques du contrat en France, en Allemagne, en Espagne et aux États-Unis).

Cela pourrait paraître audacieux. Dire que nous arriverons à une conclusion aussi ambitieuse que de caractériser le contrat de communication dans une société donnée grâce aux discours analysés dans sa presse en ligne peut paraître osé ou tout simplement irréalisable, au moins étant donné les ressources d'observation et d'analyse dont nous disposons. Mais c'est là notre fonction d'observateurs d'un processus qui nous pousse à aller, dans un va et vient permanent, du général au particulier et du particulier au général, bien que nous réservions cette dernière tâche pour une recherche ultérieure et non en tout cas pour la présente étude.

L'analyse du discours s'entend donc ici comme la somme d'un corpus de textes surdéterminés par et rassemblés autour des notions de type de situation (contrat), duquel on étudie les constantes (pour définir un genre) et les variantes (pour définir une typologie de stratégies possibles). Cela dit, étant donné que tout modèle de ce type d'analyse doit pouvoir rendre compte des actes de langage (compris comme déterminés par une situation de production), nous nous demandons de quel type sont les textes que nous allons étudier : sont-ils monologiques ou dialogiques ?

Les premiers sont associés à une situation de monolocation : les interlocuteurs, qu'ils soient présents ou pas, sont unis par un contrat d'échange différé. Dans l'analyse du discours que nous suivons ici, les textes monologiques ont été analysés dans les contextes de

production offerts par la presse écrite et le discours publicitaire (Charaudeau, 1988). Dans les textes dialogiques, en revanche, les interlocuteurs de l'acte de langage sont présents physiquement et unis par un contrat d'échange immédiat. Différentes recherches ont été menées sur les discours radiophoniques et les débats télévisés⁴¹. Ces travaux ont permis de développer des outils d'analyse du non-verbal, du gestuel et de l'image télévisuelle.

Nous nous demandons donc : les textes rencontrés dans la presse en ligne sont-ils d'ordre monologique ou dialogique ? Si la presse en ligne est décrite comme un support vers lequel convergent les autres médias (radio, presse, télévision), devant-quel type de texte nous trouvons-nous ? Et lorsque les utilisateurs participent à un débat, échangent des idées et des avis en publiant des textes à distance et anonymement (mais comme cette situation ne dure que quelques minutes cela nous donne à penser que nous nous trouvons presque devant une conversation en « face à face ») à quel type de texte avons-nous donc affaire ?

Nous proposons donc une troisième catégorie de textes : les *mono-dialogiques*. Il sera possible de leur appliquer jusqu'à un certain point l'instrumentation de l'écrit et du visuel. Ils exigeront cependant dans une large mesure leurs propres outils, ce qui constitue un nouveau défi pour nous à l'heure de procéder à l'analyse. Nous partirons de la bibliographie que nous avons consultée et constituée en référence pour créer nos propres outils. Dans cette approche discursive, nécessairement pluridisciplinaire, nous reconnaissons une influence pragmatique, psychosociologique et socio-idéologique. À travers ce positionnement d'analyse du discours, fondé sur une méthodologie empirico-déductive (Charaudeau, 1995), nous cherchons en fin

⁴¹ Charaudeau cite des travaux réalisés par différents chercheurs du Centre d'Analyse du Discours (Université Paris XIII). Bien que nous ne les ayons pas consultées, leurs références peuvent être trouvées in CHARAUDEAU Patrick. Une analyse sémiolinguistique du discours. *Revue Langages* N° 117. Paris : Larousse, 1995, p. 96-111.

de compte à comprendre les textes afin de proposer une théorie de coproduction dans le contexte de la presse en ligne.

Le moment discursif

Nous utilisons le concept de moment discursif (Moirand, 2006) pour désigner l'apparition dans les médias d'une production discursive intense et diversifiée au sujet d'un même événement, et qui se caractérise par une hétérogénéité multiforme (sémiotique, textuelle, discursive).

Le moment discursif que nous avons choisi d'analyser se rapporte aux élections présidentielles vénézuéliennes du 7 octobre 2012. Lors de ces élections, Hugo Chávez a été réélu pour un troisième mandat de six ans avec 54 % des voix face à son adversaire, le candidat Henrique Capriles Radonski. Les versions en ligne des médias cités commentaient l'événement au fur et à mesure qu'il se déroulait. Parfois, l'information principale (Chávez gagne les élections) était contrebalancée par d'autres informations concernant la santé du président (Chávez, atteint d'un cancer à l'époque, semait le doute sur la possibilité que son état de santé influence le cours de son nouveau mandat présidentiel) ou l'avenir du Venezuela (ses relations économiques avec le bloc Mercosur en général et avec l'Argentine en particulier, par exemple).

Nous allons donc procéder à l'analyse de chacun des médias et de leur discours, en rapport avec ceux qui sont produits par les utilisateurs. Nous comparerons ensuite les caractéristiques du genre auquel appartiennent ces textes, leurs variantes et les stratégies particulières que l'on y rencontre, qui mettent en évidence des projets de paroles individuels.

1. *Le New York Times*

Dans notre échantillon figurent deux textes publiés dans une rubrique intitulée *Latitude*, présentée par ses éditeurs comme un blog auquel participent divers collaborateurs (journalistes, analystes, correspondants) et publié par le *International Herald Tribune*, l'édition internationale du *New York Times*. Nous y avons donc choisi deux articles. Le premier (*Re-election Lament*; en français, *La lamentation de la réélection*) a été écrit par Francisco Toro, journaliste vénézuélien ayant fait des études de sciences politiques à la London School of Economics et actuellement doctorant à l'Université de Maastricht. Le second article est signé Daniel Politi, journaliste indépendant et écrivain, qui réside en Argentine. Les deux articles sont rédigés en anglais. L'analyse que nous présentons ici se fonde sur la traduction de ces articles en français⁴².

Comme nous l'avons vu, l'étude des textes de notre échantillon va se fonder sur deux catégories principales : (1) le contrat de communication et la relation de réciprocité qui s'y établit et (2) la typologie des conditions de réalisation des textes.

1.1 *Caractéristiques et réciprocité dans le contrat de communication*

En ce qui concerne les comportements sémiotiques, nous décrirons aussi bien les éléments visuels que les éléments écrits. Ainsi, nous pouvons dire que les textes sont présentés sur fond blanc, avec une police de caractères et un design sobres et élégants, apaisants pour le lecteur. Ce dernier peut facilement remarquer, à travers la mise en scène visuelle du discours, que les sujets de débat seront « sérieux ». *Latitude* se présente précisément comme un blog offrant des « points de vue provenant du monde entier », comme il est mentionné sur sa page. L'article de Francisco Toro s'accompagne d'une image d'Hugo

⁴² La traduction de l'anglais au français a été réalisée par Mathilde Loiseau, professeure certifiée d'anglais de l'Académie de Créteil.

Chávez entouré d'un groupe d'ouvriers dans un champ de pétrole. Les ouvriers sont vêtus de rouge, la couleur officielle du parti et de l'idéologie chaviste. Le président en revanche porte un costume.

Le titre de l'article (*La lamentation de la réélection*) indique que les élections sont terminées, que leur résultat est connu et qu'il provoque chez l'auteur un sentiment de frustration et de tristesse (lamentation).

« Du point de vue rationnel, je n'ai pas du tout été surpris de ce qui s'est passé : c'est facile d'expliquer la réélection du charismatique président d'un Etat pétrolier au milieu d'un boom sur le pétrole. Mais du point de vue affectif, je suis anéanti. Mon pays a maintenant laissé filer son dernier espoir de stopper sa descente dans un système sans personnalité. Plus qu'un président, le Venezuela a quelque chose comme un monarque élu qui dirige avec une autorité absolue et pas de « freins et contrepoids ».

Dans son article, Francisco Toro regrette que le Venezuela n'ait pas saisi l'occasion de tourner la page du chavisme en choisissant Capriles Radonski. La nature de l'article, relevant du genre de l'opinion, est évidente. Dans ce texte, l'auteur jouit d'une « totale » liberté pour exprimer ses idées, en l'occurrence anti-chavistes. Il tente d'expliquer les raisons de cette nouvelle victoire du président Chávez : dans cet Etat pétrolier, avec un prix du baril de pétrole autour de cent dollars, le gouvernement bénéficie d'une grande marge de manœuvre pour gérer sa victoire et accorder aux pauvres plus d'avantages, comme ceux apportés par le programme social « Ma maison bien équipée ». L'auteur explique que le soutien massif dont bénéficie Hugo Chávez, à la tête d'un régime autoritaire, corrompu et gaspilleur, est ainsi tout naturel pour un dirigeant qui veut répartir les richesses. L'article est daté du 9 octobre 2012, soit le lendemain des élections, et affiche une heure précise, 05:51. Il permet d'accéder à

d'autres sites web comme celui de l'agence Reuters afin d'approfondir ou de compléter les informations délivrées.

Le texte a donné lieu dans un premier temps à deux commentaires, puis, alors que nous avions déjà réalisé notre analyse, trois autres ont par la suite été publiés. Nous prendrons en compte ceux qui ont été traduits en français, mais nous ferons également mention des autres réactions qui sont importantes.

La première d'entre elles est signée du pseudonyme *amclaussen*, un lecteur ou une lectrice du Mexique. Dans sa réaction, cette personne compare les systèmes de gouvernement vénézuélien et mexicain et signale les avantages d'avoir un président qui pense aux pauvres. Les présidences mexicaines sont, dit-elle, marquées en revanche par une aggravation toujours plus importante des inégalités sociales, conséquence d'une répartition injuste des richesses et d'une classe dirigeante puissante bien que numériquement réduite. Ce commentaire, qui s'oppose aux idées principales énoncées dans l'article, est une réponse évidente aux critiques de l'auteur. Ce lecteur affirme également que le Mexique irait beaucoup mieux s'il avait un président un peu plus « populiste », quand bien même il ne le serait pas autant que Chávez. Il dénonce également les conditions de vie dans son pays, en proie à la violence et au chaos.

« Préférez-vous que les entreprises étrangères plutôt que le monopole local dirigent le pays dans leur seul intérêt ? Au moins Chavez a nationalisé des entreprises comme l'ancien producteur de ciment mexicain CEMEX qui vend une partie de sa production aux mexicains à des prix excessifs (ils fixent le prix local) et notre gouvernement est assez content de permettre la même chose à un groupe précis d'entreprises à Mexico, comme le monopole du téléphone TELMEX, le duopole media-TV, l'électricité, le pétrole et carburant (dont les prix augmentent tous les mois). Après 5 mandats présidentiels aux mains des capitalistes néo-libéraux, le Mexique est beaucoup plus pauvre, la classe

moyenne disparaît rapidement, les super-riches n'ont jamais été aussi riches, donc s'il vous plaît, ne nous dites pas que Chavez n'est qu'un méchant ! »

La deuxième réaction provient de Montréal. Elle est signée *Vera*, qui cite le livre *The Magical State* [1997] de Fernando Coronil, qui traite, selon l'utilisatrice, de la culture de la corruption et du gaspillage dans le Venezuela d'avant Chávez. D'une certaine manière, *Vera* comprend les raisons de la victoire du chavisme puisqu'elle pense que la classe défavorisée vénézuélienne bénéficie désormais davantage des richesses créées grâce au pétrole. Cette lectrice affirme en outre que si les personnes défavorisées reçoivent davantage d'instruction et bénéficient d'une meilleure qualité de vie, elles pourront alors réfléchir à des idées plus « abstraites » relatives aux systèmes de gouvernement et aux idéaux constitutionnels.

« La différence entre le gouvernement de Chavez et les précédents gouvernements corrompus est que sous Chavez les pauvres peuvent en voir certains avantages, comme l'accès à l'éducation et aux soins. Tant que l'opposition n'arrivera pas à faire comprendre aux pauvres, qui continuent de réélire Chavez, que l'Etat pétrolier peut profiter à tout le monde sans Chavez, elle continuera de perdre les élections. Si Chavez arrive à faire sortir plus de gens de la pauvreté, alors peut-être que ces électeurs commenceront à se rapprocher du centre. Mais tant que cela n'aura pas lieu, les pauvres continueront de voter pour un intérêt matériel qui se trouve dans une part du gâteau pétrolier. Les gens qui n'ont pas à se soucier de la nourriture, de l'éducation et de l'accès aux soins sont libres de se concentrer sur des idées plus abstraites incarnées par un gouvernement constitutionnel ».

Parmi les trois autres réactions à l'article de Francisco Toro (qui ne sont pas traduites dans notre échantillon), nous trouvons le commentaire de *Carlos* (de Caracas). Il répond directement à *Vera*, en lui disant qu'il a reçu son instruction à l'école publique et ensuite à l'université, à une époque antérieure à celle du régime chaviste, et que les opportunités qu'il a eues dans sa vie ont été rendues possibles grâce à de bonnes mesures gouvernementales

éditées sous la Quatrième République. Carlos reconnaît cependant qu'à cette époque le pays n'a pas été bien géré par les différents présidents, mais, dit-il, c'est également le cas avec les présidences d'Hugo Chávez.

Nous avons jusqu'ici résumé l'article et les commentaires. Que pouvons-nous faire remarquer d'essentiel quant aux comportements sémiotiques ? Suivant une approche socio-idéologique, nous pourrions dire que la plainte et la tristesse de Francisco Toro donnent lieu d'un côté au regret d'un Mexicain de ne pas avoir dans son pays un dirigeant comme Hugo Chávez et d'un autre au sentiment de compréhension d'une Canadienne vis-à-vis de la victoire chaviste. Cette dernier commentaire donne lieu à une troisième réaction, celle d'un Vénézuélien qui livre son histoire personnelle, que l'on pourrait résumer ainsi : « Avant Chávez, nous n'allions pas aussi mal que l'on veut bien le dire ou le penser. Aujourd'hui, c'est pire ».

Afin de préciser les conditions psychosociales du discours, nous pouvons attribuer certaines caractéristiques à des facteurs tels que la *finalité* (le texte journalistique a été écrit pour exprimer le sentiment de regret suscité par les résultats des élections d'un opposant à Chávez ; les lecteurs écrivent pour exprimer leurs opinions), l'*identité* (le journaliste est un utilisateur-émetteur dont le message « découvre » ou met à jour l'existence de divers utilisateurs-récepteurs, qui interagissent avec l'article et avec d'autres lecteurs), le *dispositif* (les participants de l'acte communicatif utilisent le langage écrit et construisent, à partir d'un texte monologique, un texte dialogique, ou, comme nous l'avons dit précédemment, monodialogique).

Ces éléments dessinent les conditions du contrat, déterminé par sa situation d'échange : la presse en ligne, toujours interactive, multimédia, convergente. Le sujet choisi, qui fait partie d'un moment discursif général (Chávez et sa victoire aux élections présidentielles), donne lieu à une multiplicité de discours, qui caractérisent son genre (journalistique, relatif à l'essai, d'opinion en l'occurrence), aux stratégies bien particulières (utilisation du langage écrit de la part des participants de l'acte de langage, dans le cadre donné par l'instance médiatique, qui leur permet de le faire). Rappelons que le message s'établit selon certaines conditions et que celles-ci sont déterminées par les médias. *The New York Times* autorise et permet que l'on utilise son espace pour s'exprimer. Peut-on en déduire qu'il soit anti-chaviste parce qu'il publie un article clairement identifié avec l'opposition vénézuélienne ? Si tel est le cas, pourquoi ne pas faire en sorte que seules les réactions des lecteurs d'accord avec les idées du journaliste soient publiées ? La création d'un espace public, découlant d'une stratégie de captation, répond-elle à la volonté de l'instance médiatique de privilégier ses intérêts quant à sa logique symbolique ?

Après les élections du 7 octobre, Daniel Politi cherche de son côté dans son article à présenter le contexte politique et social de l'Argentine, très similaire à celui du Venezuela. Selon le journaliste, la victoire d'Hugo Chávez est également celle de la présidente argentine Cristina Kirchner, qui perpétue elle-aussi le modèle idéologique de la « petro-gauche » (ou « pétro-socialisme »). L'Argentine bénéficie ainsi des élections vénézuéliennes et les partisans de Cristina Kirchner pourront, forts de cette victoire, proposer la réforme constitutionnelle qui permettra à leur actuelle présidente d'obtenir un nouveau mandat dans son pays.

« Depuis son ascension au pouvoir en 1999, Chavez est au premier plan d'un mouvement populiste anti-américain et gauchiste qui a balayé la plupart de la région. L'alliance que Kirchner, et avant elle, son mari défunt et prédécesseur Nestor, a formé avec Chavez a aidé leurs gouvernements pendant des périodes difficiles, quand l'Argentine était toujours en train de se remettre de l'effondrement de son économie il y a une décennie ».

« Cette relation a apporté des avantages économiques à l'Argentine : du pétrole, des prêts et même du cash pour la campagne de Kirchner. Elle a apporté des avantages politiques : Kirchner a pu présenter son gouvernement comme faisant partie d'une bataille épique qui unit l'Amérique latine contre les intérêts économiques de l'Ouest. A en juger par la ferveur que la victoire de Chavez a générée dans son camp, ce discours reste puissant ».

L'analyse des comportements sémiotiques révèle la même mise en scène visuelle que dans l'exemple précédent. Nous notons cependant la présence d'un mot lourd d'une certaine charge sémantique : la « pétro-gauche », que l'on peut définir comme un mouvement idéologique qui se nourrit du pouvoir économique apporté par le pétrole. La gauche latino-américaine, avec les exemples de Chávez et Kirchner, peut ainsi pérenniser sa situation et diffuser ses idées à travers des programmes sociaux financés grâce aux revenus issus de l'exploitation du pétrole. Il faut comprendre ces éléments à partir des conditions psychosociales du discours en question.

La victoire de Chávez donne lieu à de nouveaux textes (réactions) : un lecteur, *Don S.* (du Canada), cite et critique un autre article publié « deux semaines auparavant » et écrit par Francisco Toro qui avait « pronostiqué » la fin de l'ère Chávez (*Don S.* se demande donc ironiquement si nous n'assistons pas là à la « fin de Toro »).

« Il y a quelques semaines, M. Toro prédisait avec certitude que le président Chavez était fini. Puisque Chávez a gagné si facilement, pouvons-nous alors espérer que M. Toro est fini ? »

Un autre utilisateur, *David Chowes* (de New York), reconnaît ne pas aimer Chávez mais apprécie sa fermeté vis-à-vis des États-Unis, dont la politique internationale depuis la Doctrine Monroe a consisté, dit-il, à opprimer différents pays latino-américains.

Une lectrice de France, *Odette de Crécy*, se montre solidaire avec l'Argentine, pays avec lequel elle affirme avoir de forts liens affectifs et dont elle espère qu'il ne « sombrera » pas comme le Venezuela.

Bien que je ne sois pas argentine, je suis très attachée à ce cher pays. J'espère sincèrement que son déclin indéniable ne va pas se terminer en une chute semblable à celle du Venezuela.

Un autre utilisateur, *John J. Jag*, de Zurich, tente d'expliquer pourquoi Chávez a gagné : c'est un dirigeant qui « invente » des sujets démocratiques et qui use de la propagande pour obtenir l'adhésion populaire.

« Il y a à prendre et à laisser. La réélection de Chavez est dérangeante parce qu'il est clairement victime d'une illusion sur le fonctionnement du monde réel. Les leaders comme lui inventent des thèmes démocratiques alors qu'ils passent au peigne fin la presse et d'autres sources littéraires, cherchant n'importe quel support à leur disposition pour soutenir leurs positions. Mais c'est comme cela que le monde fonctionne et dans le monde moderne occidental nous allons devoir apprendre à vivre avec. Et rester forts et unis ».

Un dernier lecteur, *South American*, fait également preuve d'ironie vis-à-vis des dirigeants latino-américains cités dans l'article et de leur gestion des taux de change.

« Ouai. Ça marche très bien pour ces deux-là. C'est pour cela qu'il y a un énorme marché pour se débarrasser des pesos argentins à un taux complètement différent de celui du taux de change. Bon travail Christine. Regarde ce qui se passe ».

Dans leur relation de réciprocité, les conditions textuelles font que les lecteurs, qu'ils connaissent bien ou un peu moins bien la réalité latino-américaine en général et vénézuélienne en particulier, expriment des sentiments (solidarité, ironie) ou produisent des énoncés que l'on peut comparer aux arguments analytiques du journaliste (référence à l'histoire à travers la doctrine Monroe, au populisme de Chávez comme élément explicatif de sa victoire). Tout cela permet à nouveau de décrire les caractéristiques particulières de ce contrat : *interactivité*, au moins *entre* les textes. Si en l'occurrence les participants n'interagissent pas entre eux et encore moins avec le journaliste, leurs réactions convergent autour du discours journalistique et en amènent d'autres, ce qui forme un tout symbolique, interdépendant, et qui pour être compris exige d'être appréhendé dans son ensemble.

1.2. Typologie des conditions de réalisation des textes

Les textes sont réalisés conformément à certaines stratégies et à certaines conditions. Ainsi, par exemple, nous pouvons dire que Toro et Politi, les auteurs du *New York Times*, lorsqu'ils écrivent leurs textes, sont nimbés d'une image d'autorité que leur concède le média. Ils expriment leurs avis à travers des analyses et ils exposent en l'occurrence les conséquences du nouveau mandat d'Hugo Chávez pour le Venezuela et l'Argentine. À ces conditions, il faut ajouter celles des lecteurs qui accomplissent leur part du contrat en réinterprétant l'événement construit depuis l'espace public et en exprimant dans le même contexte informatif leurs arguments. De manière évidente, ces participants jouissent eux-aussi d'une certaine autorité en exprimant leurs idées, ou plutôt d'une concession qui leur est faite par le média. Nous voyons également ici, dans nos conditions de réalisation des textes, que l'instance médiatique

dispose de privilèges encore plus grands puisqu'elle place l'information principale (ici, les articles de Toro et Politi) en haut de sa page et laisse de l'espace aux commentaires des lecteurs sous les articles, en second plan. Il y a clairement ici un message de hiérarchisation de l'information, classée de la plus importante à la moins importante. Cependant les réactions permettent également de donner l'image d'un média ouvert, pluriel, démocratique, qui accepte le débat et qui veut le montrer, même si, comme nous le savons, il existe la figure du modérateur (thème qui ne sera pas approfondi ici), du filtre, qui refuse ou censure les commentaires que le média ne veut pas publier, soit parce qu'ils transgressent les règles de la courtoisie, soit parce qu'ils sont *trop choquants* et de ce fait incompatibles avec la ligne éditoriale du média.

En ce qui concerne les contextes socioculturels des journalistes et des utilisateurs, nous pourrions ajouter qu'il s'agit de producteurs d'informations et d'opinions de pays culturellement éloignés d'un pays sud-américain comme le Venezuela. Chávez, vu sous l'angle de la construction médiatique de l'*ennemi* ou du *dictateur de république bananière*, se présente comme un très bon sujet dans le débat sans fin de l'explication du fossé qui existe entre riches et pauvres et entre citoyens des pays riches et des pays pauvres. Nous reviendrons sur cet aspect ultérieurement, dans notre analyse comparative des contrastes internes et externes qui concernent les journaux numériques de notre échantillon.

Nous poursuivons ci-dessous notre analyse où nous décrirons, dans la suite du corpus, les mêmes caractéristiques, spécifiques à chaque contrat (comportements, conditions et relation de réciprocité entre ces éléments), ainsi que la typologie des conditions de réalisation des textes.

2. *Der Spiegel*

À la différence de notre exemple précédent, nous trouvons dans *Der Spiegel* cette information précieuse : l'heure exacte à laquelle chaque commentaire a été publié. Nous pouvons ainsi savoir que l'article signé par le journaliste Jen Glüsing, correspondant de l'hebdomadaire allemand qui écrit depuis Rio de Janeiro, a été mis en ligne sur le site à 17:30 le lundi 8 octobre 2012, soit le lendemain des élections présidentielles au Venezuela. La victoire des chavistes est évidemment déjà connue de tous. Nous allons cependant pouvoir observer un élément intéressant, relatif à la durée des échanges entre les lecteurs.

D'après notre échantillon, la première réaction à l'article de Glüsing a été publiée à 17:21 (peut-être s'agit-il d'un premier commentaire effectué avant une actualisation du reportage, ce qui pourrait expliquer cette incohérence) et la dernière à 18:53. Cet élément nous permet de conclure que la « conversation » entre les treize premiers utilisateurs qui expriment leur avis sur les élections présidentielles au Venezuela a duré environ une heure et demie. Ce simple fait nous permet d'emblée de supposer qu'un dispositif en théorie monologique peut revêtir les caractéristiques d'un dispositif dialogique. Entre certains commentaires, seules quelques minutes se sont écoulées, ce qui nous donne à penser que nous nous trouvons face à un débat, non télévisé, cela va de soi, mais se déroulant à travers le support numérique d'un média et en temps « réel ».

2.1 *Caractéristiques et réciprocité dans le contrat de communication*

Les comportements sémiotiques du texte respectent les règles dictées par l'instance médiatique : la présence (*identité*) du média à travers la mise en scène graphique ; présence d'une série de photos relatives à l'événement (l'utilisateur peut accéder à travers un lien à une

galerie de cinq photos) ; la *finalité* qui n'est pas ici d'informer directement mais d'interpréter (le journaliste veut faire comprendre les causes qui mènent à certaines conséquences, comme par exemple le fait que la victoire de Chávez soit due, en partie, à toute une organisation mise en place par ses partisans qui, le jour des élections, ont réveillé les habitants des quartiers populaires avec des feux d'artifice pour qu'ils se rendent sur les lieux de vote).

« Il réveillait ses électeurs avec un feu d'artifice et diabolisait son adversaire. Hugo Chavez tira lors de l'élection présidentielle au Venezuela encore une fois toutes les ficelles. Avec succès : le président continue de gouverner. Après la victoire il se montra apaisé. Le pays se pose des questions au sujet de la santé du Caudillo ».

Ces comportements trouvent leur sens dans la réciprocité naturelle à laquelle ils donnent lieu conjointement avec les conditions psycho-sociales du discours. Nous sommes en Allemagne, du moins savons-nous que l'article de Güsling est destiné à un public qui parle allemand. Nous sommes au mois d'octobre, dans le dernier trimestre de l'année 2012. L'Europe connaît l'une de ses plus graves crises. Même si la société allemande peut se sentir d'une certaine manière à l'abri, on peut considérer, comme le dit un lecteur, qu'il est possible d'effectuer un parallèle entre la situation allemande et celle du Venezuela : Chávez apporte en effet une aide économique à Cuba, et le gouvernement allemand apporte lui une aide financière aux *Pigs* (Portugal, Irlande, Grèce et Espagne). Nous reparlerons de cet aspect dans notre analyse comparative consacrée aux typologies des conditions externes.

Dans notre échantillon, treize utilisateurs participent à l'échange, utilisant dans leur grande majorité des pseudonymes. Ils occultent leur identité afin d'émettre des critiques, comme le font une grande partie d'entre eux, sur l'article et sur le journaliste qui « ose » rédiger un reportage à « 10 000 km de distance » de Caracas (cet aspect est relatif aux

typologies de conditions internes ; conditions de réalisation du message). Güsling évoque en effet la corruption et le gaspillage auxquels a donné lieu la révolution chaviste, qui, selon l'auteur, a cependant permis d'apporter de « véritables bénéfices » et a su trouver un soutien massif auprès des femmes. D'autres lecteurs s'en prennent à lui et à *Der Spiegel* à cause de la manière dont ils ont traité l'événement.

Un lecteur (*wolla2*) se demande⁴³ :

« Pourquoi un média tel que SPON ne peut-il pas accepter une élection telle qu'elle est ? Pourquoi des journalistes jugent-ils mieux des situations que les personnes qui les vivent et pourquoi de tels articles ont-ils été rédigés par des journalistes qui se trouvent à presque 10.000 Km éloignés de là et qui ne sont pas au milieu des gens.

Un autre utilisateur (*gandhiforever*) réplique lui-aussi :

« La diabolisation de Chavez dans les médias occidentaux n'a pas l'effet souhaité au Venezuela, là-bas le peuple semble plutôt se réjouir, que le profit provenant du pétrole reste dans le pays, profite au peuple ».

Nous voyons ici comment l'instance réceptrice peut suivre une stratégie différente en délimitant son propre terrain à l'heure d'accepter, ou plutôt d'être en désaccord avec lui, le processus de transaction de l'instance médiatique, qui s'est chargée d'interpréter l'événement brut en le construisant à sa manière depuis l'espace social. Dans la presse en ligne, même si cela n'a pas plus de conséquences qu'une simple lecture ou que les stratégies de captation elles-mêmes, pouvoir faire remarquer cette situation constitue déjà une nouveauté dans la

⁴³ La traduction de l'allemand vers le français a été réalisée par Monique Jeandel, professeure certifiée d'allemand dans l'Académie de Créteil.

forme discursive des médias. Le récepteur prend la parole pour dire au média qu'il ne fait pas bien son travail. Le média accepte cette critique parce qu'il n'est finalement qu'une machine productrice de sens qui finit prise au piège de ses propres messages. *Der Spiegel* souhaite démontrer qu'il est un média pluriel et démocratique. Il offre son espace, tout comme *The New York Times* comme nous l'avons vu précédemment, pour que le lecteur s'exprime et qu'il le critique, et ici nous rencontrons déjà l'un des premiers éléments de contraste interne de notre échantillon, sur lesquels nous reviendrons plus loin.

Voici encore des autres exemples tiré du corpus d'analyse :

« Chavez a effectivement obtenu certaines choses dans le pays, il a fait des choses positives pour le peuple et aussi pour les pauvres. Un bon exemple » (*torgut.harun*).

« Du lointain Rio de Janeiro on peut naturellement très bien écrire sur le Venezuela. Quels émetteurs Monsieur Glüsing a-t-il bien regardé ? CNN ou Telesur ? En outre on pouvait, il y a quelque temps, se poser des questions bien justifiées au sujet de l'état de santé du président. Ah oui, et encore quelque chose : Combien de fois à vrai dire le Spiegel particulièrement SPON ont-ils traité des personnes telles que : Uribe (Colombie), Lobo (Honduras), Menem (Argentine), Gonzalez (Espagne), Temaschenko (Ukraine) ou Papancheou (Grèce) de Caudillo ou de « dictateur » (*Stäffelerutsher*).

« Il y a 2 beaux dictons anglais, qui peuvent décrire le Venezuela : 'If you rob Peter to pay Paul, you are always assured Paul's vote' (Si vous dévalisez Peter pour payer Paul, vous serez toujours assuré du vote de Paul), 'The trouble with socialism is that sooner or later, you will run out of other people's money' (L'ennui avec le socialisme c'est que tôt ou tard vous courez après l'argent des autres). Cela décrit très bien l'actuel Venezuela. Si dans 5 ans le pays est à terre totalement ruiné, alors l'Ouest détesté devra de nouveau venir au secours avec des 'injections' de milliards. Le socialisme n'a encore fonctionné nulle part, il n'offre au peuple qu'une vie misérable » (*der Pragmatist*).

2.2. Typologie des conditions de réalisation des textes

Nous avons vu que l'article de Güsling prend la forme d'un reportage en même temps que d'une analyse. Il y a une intention de clarifier une situation, de rechercher ses causes et de décrire la situation actuelle. Chávez gagne massivement les élections (avec 54 % des voix), mais sa révolution a perdu de la « splendeur » de ses débuts. Le président est également malade, et le journaliste suppose qu'il aura désormais davantage de temps pour organiser sa succession. Güsling dresse un portrait rapide du chef de l'État : il est malade et il semble avoir modéré son discours révolutionnaire. L'auteur évoque sa relation, « plus aimable », avec les États-Unis. Il reconnaît également que le dirigeant vénézuélien occupera une place à part dans l'histoire de son pays en ayant permis à des millions de personnes défavorisées de l'Amérique latine de faire entendre leur voix.

Les textes des utilisateurs sont donc réalisés en fonction des conditions établies par l'article de Güsling ainsi que d'autres déterminées par la sympathie ou antipathie que suscite le régime chaviste. Ainsi, des treize participants au forum de *Der Spiegel*, sept expriment un sentiment proche de la solidarité vis-à-vis du président vénézuélien ainsi qu'un sentiment de malaise flagrant devant le traitement informatif du sujet par le journaliste. Les lecteurs se citent entre eux, reprenant des extraits de commentaires des uns et des autres pour, en général, réfuter ce qu'ils ont dit. Un utilisateur, par exemple, critique deux lecteurs qui s'en sont pris au journaliste parce qu'il ne se trouve pas au Venezuela et se demande à son tour s'il faut résider aussi en Amérique du Sud pour montrer leur soutien au régime chaviste.

Dans cette recherche de contradictions ou de réfutations, les règles du jeu sont claires : d'une certaine manière, les participants au discours ont besoin de crédibilité et exigent de leurs propres textes qu'ils soient crédibles (mais aussi surtout ceux des médias en

général et du journaliste en particulier) et ils exigent la même chose de toutes les interventions. Il existe également un questionnement autour du sens que l'on donne aux mots. Ainsi, un lecteur se demande quel sens exactement le média donne à l'adjectif « bolivarienne » qui accompagne le mot « révolution ». Le mot est-il à rapprocher de Bolívar, de la Bolivie ou d'une époque de l'histoire de l'Amérique du Sud ? Le lecteur souhaite de manière évidente en savoir plus. Non seulement il désapprouve le contenu de l'article du journaliste mais il considère en outre que ce dernier ne donne pas assez d'arguments précis, ce qui dessert son discours.

3. *El País*

Les élections vénézuéliennes qui ont consacré la quatrième victoire de Chávez ont eu un très fort retentissement en Espagne, surtout de par la couverture médiatique que ce sujet a connue dans ce pays des semaines et mêmes des mois avant les élections. Le quotidien madrilène *El País*, considéré comme le journal de langue espagnole le plus lu, a publié, comme l'on pouvait s'y attendre, de nombreuses informations à ce sujet pendant la journée du 7 octobre 2012. Une telle couverture médiatique peut s'expliquer en grande partie par les liens historiques et culturels qui unissent naturellement l'Espagne et le Venezuela.

L'article que nous avons choisi est intitulé *L'entrée dans le Mercosur, un cadeau pour le nouveau président* (*El nuevo presidente contará con el regalo del ingreso en Mercosur*). Il a été publié le jour des élections, à 21:45 heure espagnole, 15:15 au Venezuela. Il est important de relever ce décalage horaire (de six heures et demie), étant donné que lorsque l'article a été mis en ligne sur *El País*, les résultats révélant la victoire chaviste n'étaient pas encore connus. Cet élément détermine en grande partie le déroulement des réactions et des

commentaires des utilisateurs-lecteurs. Il convient de signaler qu'entre l'heure de publication de l'article, 21:45, et l'heure du dernier commentaire publié, qui d'ailleurs a été le seul à ne pas recevoir l'approbation du modérateur, presque trois jours, un peu moins de soixante-douze heures, se sont écoulées. Ce détail révèle l'une des caractéristiques de la presse en ligne, c'est-à-dire la possibilité de lire et de commenter des informations bien après leur publication.

Tout en poursuivant les analyses que nous avons effectuées jusqu'à présent, nous allons également tenter d'identifier et d'analyser, à travers les informations dont nous disposons, les participants à l'échange, le contenu du message produit et la finalité des commentaires, afin de décrire le possible ensemble d'éléments informatifs nouveaux quant au concept de coproduction journalistique, dont nous souhaitons présenter les fondements théoriques.

3.1 Caractéristiques et réciprocité dans le contrat de communication

L'utilisateur-journaliste est Francisco Peregil, l'une des plus anciennes signatures d'*El País*. On peut facilement en savoir plus sur lui en surfant sur quelques sites internet⁴⁴. Né en 1967 à Nerva, dans la province andalouse de Huelva, il travaille comme journaliste pour le principal titre du groupe Prisa depuis une vingtaine d'années. Il a couvert de nombreux événements importants, comme les conflits en Iraq et en Afghanistan, le tremblement de terre en Haïti, l'affaire des fuites de Wikileaks ainsi que les événements qui ont conduit en Lybie à la capture et à la mort de Kadhafi. Peregil est également écrivain, auteur de quelques romans et d'autres ouvrages. Il possède un compte Twitter et il résidait à Buenos Aires en Argentine en qualité de correspondant d'*El País* à l'époque où nous avons analysé notre échantillon.

⁴⁴ Les informations concernant Francisco Peregil, ainsi que celles concernant les trois autres journalistes (Francisco Toro et Daniel Politi, du *The New York Times*; Jen Glüsing, du *Der Spiegel*) ont été trouvées en faisant une simple recherche sur Google.

Au total, douze utilisateurs-lecteurs ont publié des commentaires. Nous ignorons leur provenance, leur nom (tous semblent utiliser des surnoms ou des pseudonymes), âge, sexe, niveau d’instruction et autres informations qui pourraient nous aider à les identifier à côté des informations qu’ils produisent. Nous connaissons simplement, comme dans les deux cas précédents, l’heure à laquelle ils ont publié leurs commentaires. Voici une liste des utilisateurs-lecteurs qui contient également le nombre de commentaires que chacun d’entre eux a effectué, ainsi que des hypothèses pouvant expliquer la nature de leurs pseudonymes ou surnoms :

Utilisateurs-lecteurs d’ <i>El País</i> (07/10/2012, 21 :45)	Nombre de commentaires publiés : 28 (parmi lesquels un a été supprimé)	Explication possible des surnoms et pseudonymes utilisés en vue d’établir quelques paramètres d’identification
Fedealzaga	3	Prénom et nom réunis ?
aliaga70	2	Prénom, nom et date de naissance ?
capriles_venezuela	3	Capriles est le nom du candidat concurrent de Chávez aux élections, suivi du mot Venezuela.
doc_dario	1	Nom propre ?
Gapeba	1	Apocope de plusieurs noms et prénoms ?
Drysi	1	Pseudonyme ? Original ?
leninmarxcastro	2	Trois noms clef de l’histoire du communisme.
javier69	1	Prénom et date de naissance ?
Sieteleguas	3	Pseudonyme ? Original ?
Juanjoelqueobserva (<i>juanjoelqueobserve</i>)	6	L’utilisateur semble s’appeler Juan et veut montrer qu’il a cette qualité importante de tout bon journaliste : savoir observer.
jl_ar2002	2	Pseudonyme ? Original ?
the manik	1	Pseudonyme ? Original ?

Le premier commentaire est posté par l’utilisateur *fedealzaga*. Il en publie trois en tout entre 23:44 et 23:51 le 7 octobre 2012, c’est-à-dire environ deux heures après la publication

de l'article sur *ElPaís.com*. Ce lecteur prend un peu moins de dix minutes pour exprimer son soutien au régime chaviste et s'adresse directement au journaliste (il l'appelle par son prénom, Francisco, ou par ses initiales FP, pour Francisco Peregil). Dans le premier commentaire, il parle des ressources naturelles du Venezuela qui possède, selon lui, la « deuxième réserve de pétrole au monde ». Il affirme également que ce pays a parfaitement le droit d'entrer dans le Mercosur. Dans son deuxième commentaire, il évoque la manipulation dont feraient preuve les médias privés en Argentine (il nomme le groupe *Clarín*) contrairement aux médias officiels travaillant de concert avec le gouvernement de Cristina Fernández de Kirchner (« la présidente »). Enfin, dans son troisième commentaire, qui s'achève sur une note claire de soutien à la présidente argentine (« on ne baise pas Cristina »), *fedealzaga* critique les conservateurs qui en raison d'« intérêts mesquins et vils » ont refusé « l'accès au pétrole » au Paraguay. Ces trois premiers commentaires, qui ouvrent la discussion sur le forum, nous permettent d'emblée de remarquer la manière dont un discours initial, celui de l'article du journaliste, produit une série de « ramifications discursives », sortes de fils narratifs secondaires qui d'une certaine manière fragmentent la discussion initiale tout en l'enrichissant de nouvelles thématiques connexes. Ainsi, réagissant à l'information journalistique qui se présente comme une analyse, selon laquelle l'entrée dans le Mercosur est un cadeau qui attend le nouveau président vénézuélien, un utilisateur-lecteur apporte une autre lecture et un autre point de vue que l'on peut résumer en trois idées : (1) Le Venezuela est un pays qui peut de plein droit décider de lui-même d'entrer dans le Mercosur ; (2) Les médias associés au pouvoir sont les seuls fournissant une véritable information en Argentine ; (3) Les conservateurs n'agissent qu'en fonction de leurs seuls intérêts. Il est fort probable que la suite de la discussion sur le forum dépende de ces trois premiers commentaires ainsi que, bien évidemment, de l'information publiée par le journaliste. Nous pensons que les utilisateurs-

lecteurs ajoutent leurs commentaires après avoir effectué leur propre lecture de l'article et des autres discours qui sont apportés petit à petit par les participants à la discussion.

Le participant suivant, *aliaga70*, est le premier à enrichir le texte initial d'une autre information journalistique avec la citation d'un article (qu'il met en lien afin que tous puissent y accéder) sur les relations entre Cuba et le Venezuela et sur la « viabilité économique » de Cuba, rendue possible selon cet article, grâce au soutien financier apporté par le Venezuela. Cette réaction n'a en apparence aucun lien (excepté le fait qu'on y parle du Venezuela) avec l'article initial mais elle enrichit d'une certaine manière les informations publiées ce 7 octobre 2012, jour des élections présidentielles vénézuéliennes. Ce même utilisateur cite ensuite deux autres articles dans un deuxième commentaire. Il s'agit de « deux articles très intéressants pour comprendre le chavisme au Venezuela et en Amérique latine », tous deux publiés sur le blog *Nuestro mundo y sus desafíos* (les liens de ces deux articles se trouvent dans le commentaire). Les deux commentaires d'*aliaga70* ont été publiés à 00:54 le 8 octobre 2012, trois heures après la mise en ligne de l'article de Francisco Peregil sur *ElPaís.com*.

L'utilisateur-lecteur, au pseudonyme de *capriles_venezuela*, poursuit la discussion en citant la fin d'un article de l'écrivain vénézuélien Ibsen Martínez, dans lequel ce dernier décrit un Chávez semblant en pleine décadence physique et morale lors de son dernier meeting tenu à Caracas avant les élections. Nous pouvons supposer sans risque d'erreur qu'ayant choisi un tel pseudonyme pour publier ses commentaires, ce participant exprime sa solidarité avec le candidat de l'opposition, Henrique Capriles Radonski. Visiblement opposé à Chávez, il prédit sa défaite certaine en arguant du concert de casseroles improvisé le samedi précédent les élections par les habitants de Caracas après une apparition télévisée de leur président. Il argue également du fait que les partisans de Chávez ont abandonné leur chef en plein meeting pour

aller « se promener au centre commercial ». Ce commentaire a été publié à 01:51 le 8 octobre 2012.

Un peu plus de quinze minutes après, à 02:08, l'utilisateur *doc_dario* répond à *fedealzaga* avec un commentaire dans lequel il rapporte une anecdote. Il exprime d'abord un rire (« ha ha ha »), puis il raconte que, tandis qu'il regardait un match de football à la télévision entre deux équipes argentines, une publicité du gouvernement argentin est passée pendant la mi-temps. Dans cette publicité, le groupe *Clarín* est qualifié de « chaîne nationale argentine illégale ». Cette nouvelle critique de cette chaîne privée, effectuée de la part d'un autre utilisateur dans le cadre de l'article publié par le correspondant en Argentine peut nous amener à conclure ceci : il est reproché au quotidien *El País*, tout comme au groupe *Clarín*, de servir des intérêts qui vont à l'encontre des gouvernements socialistes au pouvoir en Argentine et au Venezuela. En ce sens, l'article signé Francisco Peregil est remis en question et considéré comme étant dépourvu de véracité et d'objectivité, principes essentiels du journalisme.

Ensuite, sans aucun lien apparent avec les commentaires précédents, l'utilisateur *capriles_venezuela* poste un nouveau commentaire, le 8 octobre à 02:32. Il y exprime des vœux de fin d'année : « Bonne année, Joyeux Noël, Venezuela », écrit tout en majuscule et en gras. Le lecteur semble fêter par avance une victoire qui serait donnée à Capriles, le candidat de l'opposition, ainsi que la perspective prochaine des fêtes de fin d'année dont il espère qu'elles se passeront sans Chávez.

Presque une heure après, à 03:20, l'utilisateur *gapeba* critique directement le journaliste en affirmant qu'« il se trompe sur toute ligne ». Le Venezuela, affirme-t-il en

réfutant les informations d'*El País*, n'est en effet « pas encore membre à part entière du Mercosur » puisque le gouvernement paraguayen n'a pas encore ratifié son entrée et « ne le fera pas ». Il s'agit là de la troisième critique dirigée contre le journaliste Francisco Peregil dans ce forum de discussion.

Environ quarante minutes plus tard, à 04:00, *capriles_venezuela* prédit de nouveau la victoire de l'opposition affirmant que « la situation désastreuse au Venezuela » fait désormais partie de l'histoire, du passé, et que dorénavant s'amorce une « ère de progrès ». La référence à l'histoire vénézuélienne, dans la phrase « grâce aux jeunes et à tous les Vénézuéliens qui ont lutté, comme il y a deux cent ans », est intéressante. Il s'agit d'une référence à l'indépendance du Venezuela dont le pays a fêté les 200 ans en 2010. L'utilisateur compare ici la décennie chaviste avec la domination espagnole et l'élection du 8 octobre avec le mouvement d'indépendance vénézuélien. Si nous faisons l'hypothèse que *capriles_venezuela* n'écrit pas depuis l'Espagne mais depuis le Venezuela, nous pouvons affirmer qu'il était alors 21:30 à Caracas lorsqu'il a publié son commentaire et que le résultat des élections et la victoire de Chávez n'étaient pas encore connus. Ce commentaire, ainsi que le suivant, traite des élections présidentielles et pas directement de l'entrée du Venezuela dans le Mercosur, sujet de l'article d'*El País*.

Le commentaire suivant a été publié à 06:21 en Espagne par l'utilisateur *dreisy*. Sous une image, il écrit : « Félicitations aux Vénézuéliens ». L'image renvoie à une illustration montrant deux personnages. L'un d'eux lit le journal *El País* et affirme dans une bulle que ce quotidien reconnaît la victoire de Chávez, tout en le qualifiant de « chef militaire messianique ». L'autre personnage dit que les Espagnols peuvent féliciter les Vénézuéliens car ces derniers « savent choisir de vrais hommes politiques et non des marionnettes ».



Une heure et vingt minutes plus tard, à 07:43, arrive sur le forum *leninmarxcastro*. Il fête la victoire de Chávez, compare la politique latino-américaine et la politique européenne et lance une critique des médias, qualifiés de « médias de désinformation », comme El País. Ce participant réapparaît vingt minutes plus tard, à 08:06, pour saluer toutes les « élections propres » gagnées par Chávez (il en cite une dizaine en tout), rejeter la gestion européenne de la crise et défendre la gestion socialiste des chavistes.

Cinq heures et trente minutes plus tard, à 13:30, *Javier69* ironise devant les commentaires de *leninmarxcastro*. Entre 15:37 et 15:45, *sieteleguas* soutient les propos de *capriles_venezuela* et annonce une « victoire » de l'opposition puisqu'elle a malgré tout gagné beaucoup de voix depuis la dernière élection. Il apporte des paroles de réconfort et d'encouragement aux partisans de l'opposition qui a perdu les élections.

Entre 16:11 et 16:37 (en une vingtaine de minutes), le lecteur *juanjoelqueobserva* exprime divers avis et s'adresse directement à trois participants du forum. Il critique sévèrement le groupe Prisa et *El País* pour leur couverture médiatique des élections vénézuéliennes. S'adressant à *capriles_venezuela*, il cite le « Pourquoi tu ne la fermes pas ? »

du roi d'Espagne (en référence aux mots lancés par le roi Juan Carlos à Hugo Chávez lors du sommet ibéro-américain de 2007 alors que ce dernier persistait à qualifier l'ancien premier ministre espagnol José María Aznar de « fasciste »). Il assure également qu'avec Chávez, c'est le peuple vénézuélien qui a gagné les élections. S'adressant à *gapeba*, il défend l'entrée du Venezuela dans le Mercosur, même si cela doit en faire « pleurer » certains. S'adressant de nouveau à *capriles_venezuela*, il cite une chanson pour se moquer de lui et de sa position de perdant. Il mentionne également l'écrivain Mario Vargas Llosa, dont les « prévisions » se sont révélées fausses. Enfin, il s'adresse au journaliste sur un ton excessivement familier et même irrespectueux.

Pour finir, un échange a lieu entre 16:57 et 17:04 entre deux lecteurs, *jl_ar2002* et *sieteleguas*. Le premier adopte le ton du vainqueur s'adressant au vaincu. Il cherche à savoir, sur un ton qui peut paraître ironique, comment son interlocuteur a reçu la nouvelle de la victoire de Chávez. Son interlocuteur lui répond de manière respectueuse et le félicite de la victoire chaviste. Nous avons l'impression que ces deux utilisateurs ont déjà eu des échanges auparavant, comme s'ils se connaissaient depuis longtemps. Le lecteur *jl_ar2002* intervient de nouveau, cette fois à 19:26 le 9 de octobre 2012, et s'en prend au titre de l'article. Il définit le mot « cadeau » et affirme ironiquement que l'on peut ainsi qualifier du même terme la rétribution que reçoit le journaliste, dont le travail est ainsi remis en question, en échange de ses articles qu'il a « copiés » des « médias néolibéraux » et qui sont « dictés » par eux.

Nous trouvons au total quinze commentaires en faveur de la victoire de Chávez, et onze contre. En ce qui concerne la typologie de la nature des commentaires des utilisateurs, nous en trouvons cinq qui apportent une information supplémentaire, dont des images ou photos, à l'article du journaliste. Dix-huit lecteurs expriment leur avis personnel et trois autres

apportent, outre leurs opinions propres, ce que nous nommerons des « informations personnelles » (citation de livres, informations). Il y a six commentaires qui s'adressent au journaliste ou qui font référence au média. Dix autres commentaires s'adressent à d'autres participants du forum.

En raison de ses caractéristiques sémiotiques et conditions psychosociales particulières, *El País* fournit un abondant matériau pour l'analyse. Les utilisateurs peuvent publier photos et citations dans ce journal qui est le plus lu en langue espagnole. Il ne s'agit pas seulement d'un média de référence mais également d'un média qui est consulté, en l'occurrence, aussi bien par des partisans que par des adversaires d'Hugo Chávez. De nombreux et puissants liens unissent en effet l'Espagne et le Venezuela. Ces deux sociétés traversent également une crise, même si les causes et les caractéristiques de celles-ci sont différentes.

Il est courant, dans le cas d'*El País* comme dans *The New York Times* et dans *Der Spiegel*, de rencontrer des lecteurs qui désapprouvent le travail journalistique réalisé. Ils remettent vertement en question, d'une manière générale, la crédibilité et l'objectivité de ces médias. Le quotidien espagnol, tout comme ses homologues américain et allemand, donne la possibilité aux lecteurs de prendre la parole et même de remettre en question son rôle de média. Il lui est cependant possible, évidemment, de filtrer les commentaires. Dans *El País*, à la fin de la discussion, nous avons pu observer qu'un commentaire a été supprimé. Le quotidien décide dans ces cas-là de laisser le commentaire vierge de tout texte et de ne laisser apparaître que le nom du participant (en l'occurrence, *the manik*). Nous pensons qu'il s'agit là d'un avertissement destiné aux lecteurs afin qu'ils sachent qu'ils n'ont pas forcément le droit

de tout dire, ou de le dire comme ils le voudraient, et que dans certains cas leurs commentaires ne seront donc pas publiés.

3.2. Typologie des conditions de réalisation des textes

La réalité vénézuélienne semble se refléter dans *El País* : soit on est pour Chávez, soit on est contre lui. Dans une société où l'on est soit rouge (la couleur du parti chaviste), soit bleu (anti-chaviste), il semble difficile de rencontrer les nuances pourtant nombreuses qui se trouvent entre ces deux couleurs. Peregil perd d'une certaine manière de sa crédibilité avec son discours en considérant comme un « cadeau » offert au futur président l'entrée du Venezuela dans le Mercosur. Les partisans de Chávez ne lui pardonnent pas l'utilisation de ce terme car ils considèrent, à l'instar de leur dirigeant, que l'intégration latino-américaine telle qu'elle fut conçue dans l'idéal bolivarien est un droit pur et simple.

L'article du journaliste, réalisé depuis l'Argentine, se référant à ce pays et au bloc économique du Mercosur, analyse différentes situations qui attendent le nouveau président vénézuélien. Il décrit la manière dont a été décidée l'entrée du Venezuela dans le Mercosur (c'est-à-dire sans le consentement du Paraguay, ce dernier ayant dû quitter le bloc économique en raison de problèmes de politique intérieure) et il met en perspective cette information dans le cadre des élections présidentielles.

Les participants du forum, comme nous l'avons vu, rejettent cet article ou se réjouissent par avance d'une possible défaite chaviste. La discussion se déroulant sur trois jours, il est possible de décrire l'évolution des échanges : de l'euphorie anticipée de certains opposants à Chávez et de la réserve de certains chavistes on passe au triomphalisme des vainqueurs qui parodent, entre blagues et ironie, et proclament leur écrasante victoire. « Si

Chávez gagne, nous continuerons d'aller mieux ; le Mercosur n'est pas un cadeau, le Venezuela mérite de faire partie de l'ensemble économique le plus important de l'Amérique du Sud et de continuer à montrer l'exemple d'un socialisme du XXI^{ème} siècle ». Ces réflexions semblent être celle des partisans du président au pouvoir, dont le discours s'impose par la force des choses à celui des vaincus.

D'une manière générale, on pourrait penser que le texte des commentateurs finit par prendre de l'ampleur et retirer à l'information donnée par le média de son importance. D'une certaine manière, l'instance réceptrice, en visite « chez » l'instance médiatique, dépouille cette dernière de son rôle principal et se charge elle-même de produire autant voire plus de sens (discours) qu'elle, ce que seuls les médias peuvent faire généralement.

4. Le Monde

L'article, intitulé *Hugo Chavez réélu à la tête du Venezuela*, est daté du 8 octobre 2012 et a été publié à 04:45, puis actualisé à 11:01. *Le Monde* met à disposition du lecteur une quantité de matériaux mettant en évidence le caractère multimédia de l'information : une galerie de huit photos relatives aux élections (des partisans de Chávez fêtant sa victoire dans les rues, des opposants dont la mine reflète tristesse et déception), deux commentaires extraits de Twitter (l'un est de Chávez, l'autre est de Kirchner) ainsi qu'une vidéo dans laquelle on peut voir le président fraîchement élu saluer ses partisans depuis le balcon du palais de Miraflores, la résidence présidentielle. Nous avons donc du texte, de l'image, de la vidéo et de l'audio. Les possibilités médiatiques de la presse en ligne sont exploitées dans cette page du *Monde* comme dans aucun autre de nos exemples.

L'auteur de l'article est Paulo Paranagua. Trente-six commentaires au total accompagnent son article. Nous ne disposons malheureusement pas de l'heure précise de publication des commentaires.

4.1 Caractéristiques et réciprocité dans le contrat de communication

Les éléments visuels et textuels que nous avons mentionnés constituent les éléments sémiotiques du texte. Nous avons, tout d'abord, une information présentant la victoire de Chávez puis une série de réactions qui laissent entrevoir un malaise (une fois de plus) dû à la manière dont *Le Monde* a couvert les événements au Venezuela. Le média est accusé de désinformation et de n'être ni crédible ni objectif. Si nous prenons l'ensemble des commentaires que nous avons rencontrés, non seulement ici mais également dans *El País* et *Der Spiegel*, tout particulièrement, nous observons que les récepteurs prennent non seulement leurs distances avec les informations délivrées mais expriment également clairement ne pas vouloir participer au processus de transaction discursive offert par le média.

Le contrat, dans ce cas, n'est pas rompu. Il subit cependant des modifications, et il s'adapte : la presse en ligne *transforme* les événements et permet aux récepteurs de participer à ce processus de transformation. L'instance médiatique et l'instance réceptrice transforment donc ensemble les faits de l'espace social et les convertissent en un langage, en un matériau que les récepteurs peuvent au moins échanger entre eux dans le processus de transaction, étant donné que la presse en ligne, l'émetteur principal comme nous l'avons vu, reste relativement en marge de ce phénomène. Il s'agit d'une manière d'agir que l'on pourrait résumer ainsi : «Moi, la presse en ligne, je vous laisse, chers lecteurs, donner votre avis et échanger vos points de vue. Cela me convient parce que cela fait venir d'autres lecteurs (logique économique du média). Par contre, cela ne m'intéresse pas de participer à vos discussions

parce qu'en fin de compte mes objectifs informatifs sont déjà établis (logique symbolique) ». Les médias ont ainsi trouvé l'équation parfaite.

Dans un premier temps, en préparant la présente étude, nous aurions aimé savoir si l'ensemble des commentaires produits à la suite d'un article pouvaient modifier la configuration ultérieure des textes émis par le média lors d'un moment discursif précis. En d'autres mots, il eut été intéressant de savoir, par exemple, si *Le Monde* avait eu l'idée de modifier sa manière de construire son discours informatif après avoir pris connaissance des réactions de certains lecteurs l'accusant de participer à une campagne de diffamation et de désinformation envers le président vénézuélien. Cependant, au vu des éléments de description et d'observation dont nous disposons, modestes et limités en l'occurrence, il a été impossible de donner suite à cette interrogation. Ce qui nous intéresse donc ici c'est de décrire et de comprendre le fonctionnement du contrat, connaître ses parties, son élément sémiotique et les conditions de réalisation.

Concernant ce dernier point par exemple, il convient de rappeler que la nouvelle de la victoire chaviste est lue et contextualisée dans le cadre d'une société française déçue par ses dirigeants et dont un certain âge d'or, selon certains, touche à sa fin⁴⁵. On trouve, de la part de certains lecteurs, l'expression d'un sentiment de solidarité et de joie devant la gestion politique vénézuélienne et latino-américaine en général. Nous n'avons pas l'intention ici d'établir des critères d'idéologisation mais nous observons cependant dans les textes rencontrés l'existence d'une position qui exalte les valeurs socialistes et rejette sévèrement les principes d'une droite considérée comme relevant d'intérêts puissants et comme étant

⁴⁵ L'enquête d'Ipsos, intitulée *France 2013 : les nouvelles fractures* et réalisée avec le Centre d'études politiques de Sciences Po (Cevipof) et la Fondation Jean-Jaurès, semble témoigner « du jugement sans pitié des Français sur la politique, de leur réticence croissante envers l'Europe ou de leur crainte de la mondialisation », *LeMonde.fr*, 25 janvier 2013.

représentée par des médias de communication comme *Le Monde*. Le journaliste, dans ce cas, est également la cible des critiques.

Ainsi, les conditions psychosociales expliquent ici les comportements sémiotiques (le discours et son mode d'énonciation) et ces derniers ont su satisfaire à leur tour certaines conditions (d'ordre psychosocial, par exemple le malaise de la société française contraste fortement avec l'« optimisme » qui se dégage du climat socialiste de certains pays latino-américains). Dans cette relation de réciprocité s'établissent donc les bases du contrat de communication.

Voici quelques réactions au texte du *Monde.fr*, selon notre corpus d'analyse :

« Foncièrement l'économie reste celle *d'un pays comprador*? C'est possible: Mais parler de dictature, c'est trop fort: Tout au plus, peut-on parler de *dictature*, comme ce fut le cas, pendant le dernier quinquennat, par le petit caporal - président de la république que vous savez. Quand aux corruptions, celles des ploutocrates, des banksters des riches pays occidentaux, elle est *d'une toute autre* amplitude mondiale: Merci à Chavez, Mélenchon et les autres, pour leur militantisme » (*Un « Noir »*).

« Le délire chavézien n'a rien à envier à la novlangue de Big Brother qui dans 1984 d'Orwell proclamait : « La guerre, c'est la paix » ou encore « la *liberté*, c'est l'esclavage ». Ainsi lors de l'expulsion du Venezuela des représentants de l'ONG Human Rights Watch en 2008, le chef des agents de sécurité venu les chercher à leur hôtel pour les transférer manu militari à l'aéroport s'était présenté à eux comme « fonctionnaire des droits de l'homme ». Sous Chavez, on ne plaisante pas avec l'ordre établi... » (*Eric Blair*).

« Si l'histoire ne se répète pas, elle bégaye. Au Venezuela le régime de Chavez n'est pas sans rappeler la trajectoire d'un autre caudillo fantasque, le général Marcos Perez Jimenez qui mena en 1948 un coup d'Etat contre le gouvernement démocratique de Romulo Gallegos, se fit nommer président en 1952 et

instaura une implacable dictature jusqu'à son renversement par un soulèvement populaire en 1958, un an après avoir remporté haut la main un plébiscite. Chavez sait que les peuples sont versatiles » (*Bolivar*).

« Vous avez raison mon bon monsieur. Un régime qui organise à peu près 1 consultation par an depuis plus de 10 ans et la gagne sans fraude (il ne vous aura pas échappé que son adversaire ne conteste pas le résultat de l'élection) est une super implacable dictature. Vous êtes comme FOG, vous, qui clame que le régime de Chavez est comme celui de la Corée du nord. Et tout ça sous le pseudo ... de Bolivar. Franchement, vous ne manquez pas d'air » (*Pascale*).

« Le Monde va-t-il continuer de donner tant de place aux accusations mensongères de pouvoir dictatorial portées par M. Paranagua contre le régime vénézuélien? J'en doute car il ne s'agit que de la 14ème ou 15ème consultation populaire tenue sous ce régime. Venant de journalistes s'exprimant dans un journal qui ne s'insurge pas contre le refus de tenir compte du résultat du référendum de 2005 et d'en organiser un nouveau en 2012, cela ne manquerait pas de sel » (*LuluC*).

« Je remarque qu'il y a eu élection, vote et victoire de Chavez avec un score de 54% et, surtout, que son adversaire reconnaît cette victoire. On espère que Madame Renée Fregosi qui, le 4 de ce mois, dans ce même journal, nous pondait une analyse (« Tourner la page de l'hégémonie chaviste ») où elle misait sur une victoire de Capriles pour qu'enfin se « produise un retour de la démocratie » va vite nous expliquer qu'est-ce que c'est que cette opposition d'opérette qui reconnaît un dictateur » (*EMILIO ALBA*).

« Monsieur Alba, ne critiquez pas Mme Fregosi. Elle est un des meilleurs soutiens de Chavez en France : quiconque lit 20 lignes de sa prose ou l'écoute 5 minutes (elle nous a fait une prestation extraordinaire sur France Culture la semaine dernière), se transforme à l'instant en Chaviste convaincu. Elle est tellement dépourvue de nuances, tellement « les bons/les méchants », tellement agressive qu'on se dit immédiatement que celui qu'elle critique ne peut être que follement sympathique et compétent » (*Pascale*).

4.2. Typologie des conditions de réalisation des textes

Si nous avons vu qu'il existe une forte tendance de la part de nombreux lecteurs à s'en prendre au *Monde* à cause de la façon dont ce dernier (re)produit les informations relatives au Venezuela, certains d'entre eux comparent également Chávez à Marcos Pérez Jiménez. Ce dernier, président de 1953 à 1958, a été à la tête de l'un des régimes dictatoriaux d'ultra-droite qu'a connus ce pays. Ces contrastes amènent donc certains lecteurs à qualifier Chávez de dictateur et d'autres à le considérer comme un authentique président socialiste.

Les textes se définissent donc par leurs conditions de réalisation : l'*identité* des utilisateurs, qui usent parfois de pseudonymes pour garder l'anonymat mais qui usent aussi de leurs nom et prénom, même si ces informations ne suffisent pas à les faire connaître vraiment (de la même manière, on ne connaît que le nom du journaliste) ; la *finalité*, raison pour laquelle les textes sont produits (le journaliste informe ; les utilisateurs donnent leur avis ; certains utilisateurs affirment que le journaliste n'informe pas mais qu'il donne plutôt son avis) ; ainsi que les *stratégies*, par laquelle chaque interlocuteur se positionne et cherche à légitimer son discours face à un discours différent (je pense différemment, tu penses comme moi, je suis d'accord avec toi, je ne pense pas comme toi).

5. Analyse des résultats

Dans toute machine médiatique, pour que les discours puissent se produire, il doit exister deux types de conditionnements : les conditionnements situationnels et les conditionnements discursifs (Charaudeau, 2003). Les premiers sont relatifs à toute une série de comportements sociaux, extralinguistiques, externes. Les seconds se distribuent dans des espaces de conditionnements linguistiques. Ainsi, avant de pouvoir aboutir à des résultats dans notre étude, nous devons définir tout d'abord quels sont les conditionnements de la presse en ligne, en fonction du corpus que nous avons analysé. Nous devons bien comprendre avant tout que tout acte de langage est déterminé par des circonstances de discours, qu'elles soient explicites ou implicites (Charaudeau, 1983). Le *sujet Je*, qui produit l'acte de langage, s'adresse à son interlocuteur, le *sujet Tu*. D'une certaine manière, ces deux sujets se renversent ou plutôt se scindent⁴⁶ en un *sujet Je, celui qui se découvre à lui-même dans l'interprétation de son interlocuteur* et en un *sujet Tu, qui se définit comme celui qui interprète*.

Pour cette raison il nous paraît important de rappeler, dans le contexte de la sémiotique de Greimas, que le langage, au-delà de sa fonction essentielle de véhicule grâce auquel la communication peut avoir lieu, est également un média producteur de sens, de signification (Greimas et Courtés, 1993: 45). Ce principe a su s'imposer et en même temps servir de complément à la théorie de la communication, dont les fondements se trouvent dans la théorie de l'information. Justement critiquée parce qu'elle était « trop » mécaniste, la théorie de la communication est née du besoin d'expliquer et de perfectionner la diffusion d'information et les techniques de l'ingénierie télématique. Cette théorie se fonde sur l'existence d'un « Je émetteur » et d'un « Tu récepteur » qui se situent à l'intérieur d'un modèle dans lequel ces deux éléments respectivement émettent et reçoivent un signal appelé « message », pouvant

⁴⁶ Charaudeau (1995) parle de la nécessité de distinguer deux niveaux de construction du sujet de langage.

être altéré par une source de bruit. La sémiotique greimasienne est venue s'opposer à cette conception. Avec sa théorie de la manipulation, elle est venue « humaniser » la communication, « en même temps qu'elle insiste sur la nécessité de situer cette notion clef dans un contexte plus large : celui du sens. Le problème de la communication s'insère (en tant que forme particulière) dans une analyse plus vaste du sens parce que l'on considère que les activités humaines se déroulent non seulement dans le cadre de l'action de l'homme sur l'homme (la manipulation) mais également dans le cadre de l'action de l'homme sur les choses (l'action) » (Latella, 1985).

Selon cette approche, la communication est le lieu d'opérations cognitives et de manipulations modales. La communication à des fins de manipulation est, par conséquent, la communication régie par la modalité factitive (le faire faire) qui introduit un déséquilibre modal et cognitif entre les participants (le manipulateur et le manipulé) ; on la rencontre dans tout système d'organisation sociale : des relations intersubjectives aux relations entre actants collectifs (par exemple, le discours politique, le discours didactique) (Latella, 1985). Le dialogue est obtenu en projetant la structure de la communication à l'intérieur du discours-énoncé ; pour cette raison, il semble constituer la meilleure représentation du processus communicatif et peut expliquer son organisation interne (Latella, 1985).

Après ces quelques lignes en guise d'introduction, nous passons maintenant à la présentation de nos résultats, examinés à partir de l'approche proposée par l'analyse du discours en interaction.

5.1. Conditionnements situationnels de la presse en ligne

S'agissant là de l'espace des obligations de l'acte de langage, nous nous accordons à dire qu'il est déterminé par une *finalité*, un jeu d'*identités*, un *domaine de savoir* et un *dispositif*.

Dans notre objet d'étude, la finalité est définie par les objectifs que les instances émettrice et réceptrice se donnent pour participer à l'action discursive. Il nous paraît évident que les quatre journaux en ligne que nous avons étudiés cherchent à remplir une fonction : transmettre un savoir à un public et ce en fonction d'une double logique économique et symbolique. La presse en ligne est donc, comme n'importe quel média, une industrie culturelle qui produit généralement un discours informatif et un discours publicitaire. Le premier d'entre eux peut-être associé aux produits de *divertissement*. La presse en ligne, comme nous l'avons vu, cherche à fournir un matériau informatif à son public. Elle se sert pour cela de textes (écrits), d'images et de documents audiovisuels. Le graphisme de la page rentre dans le cadre de sa finalité, de la raison pour laquelle elle transmet le message au public. Les couleurs employées et la mise en scène des divers éléments (photos, rubriques, titres, textes) permettent de personnaliser le média et de l'associer à sa version papier. *Le Monde* par exemple utilise pour le logo du journal papier et de la version en ligne la même police d'écriture. Cette décision obéit à la volonté de donner une unité et une cohérence au média et d'associer ces deux versions à un même titre.

Le lecteur en ligne, de son côté, agit également en vue d'une *finalité*. Nous pensons qu'il cherche avant tout à s'affirmer en tant qu'individu non passif et qu'à la différence des premiers auditeurs de radio des années 1930, il peut vérifier ou comparer avec d'autres sources l'information qui est fournie par le journal en ligne. L'utilisateur de la presse en ligne

est le moins conformiste de tous les lecteurs de presse l'ayant précédé, même si sa relation avec le média lui confère une position de visiteur attendu et désiré, soumis néanmoins à certaines conditions. L'utilisateur ne peut pas non plus dire tout ce qu'il souhaite étant donné que le média se réserve le droit de publier les commentaires qui doivent être conformes à certaines exigences. La figure du filtre ou du modérateur est très souvent critiquée dans *El País*, étant donné que dans son cas les commentaires qui ont été supprimés restent présents mais sont vierges de tout texte, ne subsiste en effet que le nom du lecteur. Un utilisateur peut donc savoir que le média a décidé de supprimer son commentaire. Cela montre que c'est la finalité informative et régulatrice du média qui prévaut. Face à une information publiée dans un média en ligne à des fins de manipulation, son public a désormais davantage de possibilités qu'auparavant de manifester son désaccord, mais il ne pourra le faire que selon les paramètres et les conditions que le média considèrera nécessaire afin de garantir sa ligne de production de sens.

En répondant à la question « qui parle à qui ? », nous définissons le *jeu d'identités* établi par les interlocuteurs de l'échange linguistique. La presse en ligne, en exerçant son rôle, découvre également son identité. Le sujet émetteur se construit en son double niveau en énonçant son message et en se découvrant lui-même dans l'interprétation du sujet récepteur. En d'autres termes et pour prendre un exemple, *El País*, qui se présente comme le journal en ligne le plus important en langue espagnole, propose à ses lecteurs une offre étendue de contenus et utilise de nombreux outils afin de faire passer son message (liens, rubriques, photos, infographies, cartes, graphiques, interviews, documentaires, vidéos). C'est là son identité et l'image (la vitrine) que nous sommes tous censés avoir de ce média.

Cependant en présentant ses informations sur les élections vénézuéliennes, pour en revenir à notre corpus, *El País* est perçu comme un média anti-chaviste, clairement dans l'opposition et au service d' « intérêts », selon la terminologie de nombreux utilisateurs dont nous avons analysé les commentaires. Dans sa double construction comme sujet de l'acte de langage, il y a néanmoins une place pour le sujet récepteur, qui a également un double rôle d'interlocuteur et d'interprète. Ce dernier voit l'émetteur comme un énonciateur et un locuteur, et il remplit également sa double fonction en une relation multiple, horizontale et verticale, qu'il établit aussi bien avec le média qu'avec d'autres récepteurs du message journalistique, qui comme lui sont également interlocuteurs et interprètes. Dans ce *jeu d'identités*, il existe une grande diversité de rôles joués par les différents acteurs du discours. Le média devient récepteur et le récepteur devient média. Tous participent au processus informatif, bien qu'en des conditions différentes. Si la presse en ligne dispose de très nombreuses ressources pour construire son message (souvenons-nous que nous nous trouvons dans son espace à elle), l'utilisateur dispose au moins d'un outil pour s'exprimer : le forum de discussion qui accompagne chaque texte journalistique.

Le *domaine du savoir* est relatif aux connaissances antérieures et actuelles, au bagage culturel et social, aux références communes ou pas que possèdent les participants de l'acte de langage. En l'occurrence nous avons des références à Hugo Chávez, la révolution bolivarienne, la juste répartition des richesses, la gestion politique des pays latino-américains, le droit d'un président à être réélu, la définition de la démocratie, la comparaison des populations d'Amérique latine avec les populations de l'Europe en crise, la gauche, le socialisme, l'histoire, la qualité de vie, l'éducation. Tous ces thèmes ont donné lieu à de nombreux commentaires et aux nombreuses ramifications discursives que nous avons évoquées précédemment. Un lecteur peut avoir le désir de commenter un article consacré à

l'entrée du Venezuela dans le Mercosur pour se réjouir en fait de la possible défaite de Chávez à des élections se déroulant au même moment. Il s'agit là de l'une des nombreuses richesses discursives de la presse en ligne : la possibilité permanente de produire de nouveaux textes, d'enrichir le dialogue et d'apporter une pluralité d'idées, même si l'on considère ces principes comme une utopie.

Enfin, le *dispositif* est constitué par les circonstances matérielles de l'échange. En l'occurrence, ce sont les nouvelles technologies de l'information et de la communication qui ont rendu possible, depuis déjà une vingtaine d'années, la réunion d'individus de par le monde à travers internet, en un contexte communicatif configuré par toute une série d'outils informatiques permettant l'interaction et qui ont donné lieu à leur tour à toute une série d'études en sciences humaines réunies sous le nom de communication médiatisée par ordinateur (CMO), dont voici la définition de Proulx (2001) :

« La notion de « communication médiatisée par ordinateur » (...) [décrit] l'émergence d'un nouvel usage communicationnel de l'ordinateur. Cette expression désigne d'une part, une catégorie d'objets d'analyse facilement discernables (...), des multiples dispositifs de communication mis au point au fur et à mesure de la convergence de l'informatique et des télécommunications (...). D'autre part, avec le temps, le terme CMO a eu tendance à désigner aussi les travaux d'une communauté spécifique de chercheurs —largement en provenance des départements de communication des universités américaines mais auxquels des chercheurs de multiples provenances disciplinaires et géographiques s'identifient aujourd'hui— qui définissent la CMO comme une perspective spécifique de recherche » (Proulx, 2001).

Nous avons précédemment présenté les principales tendances dans la recherche en CMO afin d'en donner une vision générale. Ce qui nous intéresse tout particulièrement ici c'est de décrire précisément la façon dont les interactions orales sont transposées dans le

contexte de la communication écrite. Pour cela nous aurons recours aux travaux de Marcoccia (2004a) qui nous donne des informations essentielles sur cette approche scientifique.

5.1.1. La communication écrite médiatisée par ordinateur

Marcoccia (2004a) s'interroge sur la relation particulière qui existe entre les écrits médiatisés par ordinateur et la communication orale. Après avoir présenté une bibliographie exhaustive sur le sujet, qui tient compte des contextes anglais, japonais, coréen, et bien sûr français, l'auteur en arrive à la conclusion suivante : « La proximité de la communication écrite médiatisée par ordinateur avec la conversation résulte en partie des paramètres techniques mais aussi —et peut être surtout— des cadrages particuliers opérés par les internautes. Ce cadrage peut être défini de la manière suivante : faire du face à face avec de l'écrit » (Marcoccia, 2004a: 1).

Le dispositif du face à face est un cadre de référence dans lequel s'inscrit la communication médiatisée par ordinateur. Lorsqu'on l'applique à la communication écrite, on met en jeu une série de procédés destinés à représenter visuellement des aspects non-verbaux et para-verbaux (comme l'intonation ou la gestuelle). Marcoccia (2004a) a ainsi réalisé une classification de ces procédés sur la base de leur dimension formelle et fonctionnelle. Dans cette classification on trouve les *smileys* ou émoticons, la ponctuation expressive, les autoportraits, les lettres capitales (majuscules) et la citation automatique.

Les *smileys* ou émoticons sont une combinaison de caractères permettant de représenter des mimiques faciales (sourires, expression de tristesse, clin d'œil). Dans les forums de discussion de la presse en ligne, ces éléments ne sont curieusement pratiquement pas, ou peu, utilisés. Peut-être que lors d'un échange d'idées, dans le cadre d'une réaction à

un texte journalistique, les utilisateurs considèrent que leur utilisation serait inappropriée ou hors de propos. En tout cas, Marcoccia (2004a) nous dit que les émoticons peuvent servir à décrire l'état d'esprit d'un locuteur (joie, tristesse), à aider les destinataires à interpréter les énoncés ou encore qu'ils permettent d'établir le type de relation que le locuteur souhaite instaurer avec son interlocuteur et qu'ils peuvent également représenter une marque de politesse, un moyen d'adoucir l'éventuel caractère offensant d'un message. Il convient de préciser cependant que les émoticons ne s'emploient généralement pas dans les commentaires de la presse en ligne, tout du moins pas dans ceux que nous avons examinés.

Ensuite, nous trouvons la ponctuation expressive (émotive et affective), qui peut par exemple être représentée par démultiplication du même signe. Elle est très utilisée dans la CMO, dont les conventions d'écriture reposent généralement sur la mise en scène du discours oral.

Les autoportraits accompagnent quant à eux les messages des émetteurs, en fonction du style de chaque réseau social comme par exemple Facebook. Dans la presse en ligne, il est courant de réserver un espace pour une petite vignette pour que l'utilisateur du journal, qui doit être préalablement inscrit, puisse accompagner ses commentaires d'une photo personnelle ou d'une illustration. C'est cette dernière qui est le plus couramment utilisée par les utilisateurs de la presse en ligne, qui cherchent à tout moment, comme nous l'avons vu, à conserver leur anonymat.

L'utilisation des lettres capitales ou majuscules s'inscrit dans la représentation du para-verbal. Ainsi, écrire exclusivement en lettres capitales revient à crier. Nous n'avons rencontré aucun exemple de cette utilisation dans notre étude des commentaires d'utilisateur,

dont nous supposons qu'ils connaissent les règles du jeu de la communication médiatique. Crier est évidemment une marque totale d'impolitesse, et ce n'est bien évidemment pas l'objectif des commentateurs qui peuvent par contre faire montre d'ironie ou de leur rejet d'une information donnée, mais sans pour cela en arriver à un extrême de violence.

Enfin, la citation automatique est un dispositif technique qui permet à un récepteur de répondre au message d'un interlocuteur en insérant ce dernier dans sa réponse.

« Les logiciels de courrier électronique ou de forum de discussion permettent une forme d'insertion automatique de discours rapportés : lorsqu'on répond à un message, l'utilisation de la procédure automatique de réponse va insérer le message auquel on répond dans son propre message. Cette forme particulière de discours rapporté est directement liée au dispositif technologique et peut ainsi être qualifiée de « citation automatique » ; c'est en fait une automatisation de la procédure bureautique du « copier-coller » (Marcoccia, 2004a: 3).

L'utilisation de ce dispositif est très courante, par exemple dans *Der Spiegel*. De son côté, *El País* laisse entrevoir le nom de l'utilisateur auquel s'adresse celui qui envoie un commentaire pour répondre à un autre commentaire. Considéré comme une forme de « discours rapporté en style direct », cet outil peut être ainsi décrit :

« Cette forme particulière de discours rapporté permet à la fois de contextualiser les messages, de les intégrer à un cadre participatif et à une séquentialité, et éventuellement de les faire entrer dans une dynamique argumentative. De ce point de vue, la citation automatique entre bien dans cette catégorie plus large de procédés discursifs (smileys, codifications typographiques simulant l'oralité, etc.) qui contribuent à proposer un cadrage des échanges médiatisés par ordinateur prenant pour modèle la conversation en face à face. Ainsi, la citation automatique vient remplacer divers procédés communicatifs du face à face : le « turn-taking », la sélection et la hiérarchisation des destinataires en coprésence, ou la contextualisation » (Marcoccia, 2004a : 3).

Les procédés que nous venons de décrire nous permettent de prendre en compte leur dimension interactive et pas seulement référentielle. Ils n'ont du sens que dans le contexte dans lequel ils sont employés et leur fonction relève de celles du matériel non-verbal de la conversation en face à face (exprimer, illustrer, organiser les tours de parole, se montrer poli). Cette explication nous permet globalement de comprendre les caractéristiques du *dispositif*, défini comme l'ensemble des circonstances matérielles de l'échange.

5.2. Conditionnements discursifs de la presse en ligne

Nous considérons que toute une série de conditions doivent être réunies pour que le sujet parlant, dans sa sphère d'intervention, puisse produire un ensemble d'actes discursifs. À cette fin, il doit satisfaire à des conditions de *légitimité* (principe d'altérité) dans un espace de locution, de *crédibilité* (principe de pertinence) dans un espace de relation, et de *captation* (principes d'influence et de régulation) dans un espace de thématisation, dans lequel les savoirs seront organisés dans le processus de transaction du discours.

Nous disons que le média assure sa légitimité en se présentant comme un outil conçu exclusivement pour transmettre un savoir. « Moi, média, j'occupe la fonction de transmission d'informations ». Cette légitimité est également reconnue par la société qui lui a offert sa place particulière (une position associée à un pouvoir). Cette légitimité est aussi la conséquence du fait que le média lui-même s'est donné pour tâche d'être un garant et un défenseur de la vérité et de la crédibilité. Tout média, généralement, s'affirme comme un étalon de mesure de « bonne santé » d'une démocratie. Pour le dire autrement, lorsque les systèmes de gouvernement limitent le libre exercice du journalisme on les qualifie généralement d'antidémocratiques. Par exemple, pour en revenir à Chávez, le régime

vénézuélien actuel est accusé de museler la presse parce qu'il a fait fermer une fois une chaîne de télévision contraire à son idéologie. La légitimité des médias est donc une extension de la légitimité de la sphère politique et sociale. La presse en ligne, en l'occurrence, légitime à son tour l'utilisateur, en lui offrant les outils nécessaires pour qu'il puisse s'exprimer et participer au débat démocratique, même si, comme nous l'avons vu, il s'agit d'une relation plutôt inégalitaire (les moyens d'expression du média sont incomparablement plus nombreux et puissants que ceux dont dispose l'utilisateur).

Cette légitimité repose sur un principe d'altérité, condition par laquelle les sujets parlants (énonciateurs et interlocuteurs) deviennent locuteurs et interprètes. Le contrat est établi ; une émission discursive est produite, avec toutes les conséquences afférentes en termes de transaction, et d'interprétations ultérieures, entre les utilisateurs de la presse en ligne, ainsi qu'entre eux et le média en question.

La crédibilité est une conséquence ou une extension de la légitimité. Pour qu'elle soit acquise, le média doit créer un principe de relation pertinent. Nous avons choisi d'analyser *The New York Times*, *Der Spiegel*, *Le Monde* et *El País* parce que ces médias véhiculent précisément une image de prestige, et qu'ils ont su créer une image d'eux-mêmes qui repose sur ce principe de crédibilité (journalistique). Il s'agit d'entreprises qui se fondent sur des valeurs éthiques et sur une déontologie de l'information. Cette crédibilité, que nous considérons comme une image ou une vitrine créée par le média et qui est pour lui un élément supplémentaire de légitimité, est différente de celle que possèdent les utilisateurs. Ainsi, un lecteur de la presse en ligne ne prétend pas (inter)agir à des fins de crédibilité, même s'il a été légitimé par l'instance médiatique. Le lecteur ne cherche pas à ce que son discours soit entouré d'une considération particulière car il sait qu'en s'exprimant il se soumet à la critique

et à l'évaluation par d'autres utilisateurs. Il espère cependant que son énoncé aura de l'influence dans l'espace de thématization, influence qui rentre en concurrence de façon importante avec celle du média.

Le principe de captation vise à réguler et influencer, et à permettre au média de justifier sa raison d'être. Un journal en ligne participe donc du jeu établi par la sphère publique avec une intention : renforcer son pouvoir et démontrer que son discours est nécessaire pour garantir le bon fonctionnement de la société. Selon ce principe de captation, l'instance médiatique cherche donc à mettre à disposition de son lectorat tous les moyens possibles afin qu'ils participent de son offre informative.

Voici, à des fins d'illustration, un tableau comparatif ⁴⁷ permettant de connaître les stratégies de captation mises en place par quatre journaux français en ligne. Ce tableau est le résultat d'observations que nous avons réalisées en 2011 en tant que lecteur abonné des journaux en ligne *Le Figaro*, *Le Monde* et *Le Parisien* (tous les contenus de l'édition numérique de *Libération* étaient à cette date en libre accès). Nous pensons que les éléments suivants témoignent des stratégies adoptées par la presse en ligne en vue d'inciter à produire (provoquer) des réactions et des commentaires des internautes, en les incluant comme partie intégrante et essentielle du dialogue médiatisé.

⁴⁷ Nous avons préparé ce tableau dans le cadre de nos travaux au début de l'année 2011. Il est fort possible que les stratégies que nous citons ici aient été modifiées au fil du temps. Il nous semble cependant intéressant de présenter les ressources mises à disposition des lecteurs de la presse en ligne à un certain moment précis.

Stratégies d'incitation à la participation	<i>LeMonde.fr</i>	<i>LeFigaro.fr</i>	<i>LeParisien.fr</i>	<i>Liberation.fr</i>
Conditions pour réagir	Pour réagir, il faut être abonné à l'édition web du journal	Pour réagir, il ne faut pas être abonné à l'édition web du journal, mais il faut être inscrit sur le site (l'inscription est gratuite)	Pour réagir, il ne faut pas être abonné à l'édition web du journal	Pour réagir, il ne faut pas être abonné à l'édition web du journal, mais il faut être inscrit sur le site (l'inscription est gratuite)
Invitation à participer	Le site invite l'abonné à poster un commentaire après la lecture d'un article avec les mots « Réagissez » et « Soyez le premier à réagir »	Le site invite le lecteur à poster un commentaire après la lecture d'un article avec les mots « Réagir à cet article »	Le site invite le lecteur à poster un commentaire après la lecture d'un article avec le mot « Réagir »	Le site invite le lecteur à poster un commentaire après la lecture d'un article avec le mot « Réagir »
Demande de résiliation de l'abonnement	L'abonné peut à tout moment demander la résiliation de son abonnement	L'abonné peut à tout moment demander la résiliation de son abonnement	L'abonné peut à tout moment demander la résiliation de son abonnement	L'abonné peut à tout moment demander la résiliation de son abonnement
Affichage des réactions	Le site affiche le nombre (en chiffres) de réactions en Une et en tête de l'article	Le site affiche le nombre (en chiffre) de réactions en Une et en tête de l'article	Le site affiche le nombre (en chiffre) de réactions en Une et en tête de l'article	Le site affiche le nombre (en chiffre) de réactions en Une et en tête de l'article
Recommandations de lecture par l'abonné-lecteur (interactions avec les réseaux sociaux et autres sites web)	L'abonné peut recommander la lecture de l'article sur les réseaux sociaux <i>Twitter</i> , <i>Facebook</i> , <i>Scoopéo</i> , <i>Delicious</i> , <i>Blogmarks</i> , <i>Wikio</i> , <i>Viadeo</i>	L'abonné peut recommander la lecture de l'article sur des réseaux sociaux et sites d'internet tels que <i>Twitter</i> , <i>Facebook</i> , <i>Messenger</i> , <i>Digg</i> , <i>Blogmarks</i> , <i>Myspace</i> , <i>Viadeo</i> , <i>Technorati</i> , <i>Yahoo</i> , <i>Delicious</i> , <i>Scoopéo</i> , <i>Yoolink</i> , <i>Wikio</i> .	Le participant peut recommander la lecture de l'article sur les réseaux sociaux <i>Twitter</i> et <i>Facebook</i>	Le participant peut recommander la lecture de l'article (« ajouter le flux de la rubrique ») sur les réseaux sociaux <i>Facebook</i> , <i>Netvibes</i> , <i>Delicious</i> , <i>Viadeo</i> , <i>Myspace</i> , et les lecteurs de flux d'information de <i>Google Reader</i> , <i>Windows live</i> , <i>Yahoo</i>

Stratégies d'incitation à la participation	<i>LeMonde.fr</i>	<i>LeFigaro.fr</i>	<i>LeParisien.fr</i>	<i>Liberation.fr</i>
Acceptation des conditions de participation	Le participant déclare avoir accepté que ses réactions soient publiées lorsqu'il s'abonne sur le site	Le participant déclare avoir accepté que ses réactions soient publiées lorsqu'il s'abonne sur le site ou s'inscrit gratuitement à la communauté.	Le participant doit déclarer avoir pris connaissance et avoir approuvé la <i>Charte de modération</i> du site et accepter que sa réaction soit publiée dans <i>Le Parisien / Aujourd'hui en France</i>	Le participant déclare avoir accepté que ses réactions soient publiées lorsqu'il s'inscrit gratuitement sur le site
Sélection des contributions des abonnés-lecteurs	Le site publie une rubrique intitulée : <i>L'actualité vue par les abonnés. Vos meilleures contributions sélectionnées par la rédaction du Monde.fr</i> . On peut y trouver des extraits tirés des blogs et des réactions des lecteurs abonnés.	Le site n'affiche pas de sélections des réactions ou blogs signés par les abonnés.	Le site n'affiche pas de sélections des réactions ou blogs signés par les abonnés.	Le site publie des sélections de réactions publiées dans les Forums, un espace dédié au débat et au partage d'« avis-sentiments » sur des sujets tels que <i>Chéri(e) je t'aime</i> ou <i>Qu'est-ce qui vous fait râler aujourd'hui ?</i> On comptait plus de 24 000 réactions dans ce forum le 07/02/11.
Appel à témoignage	Le site fait des appels à témoignage (cf. : <i>Vous êtes en Egypte, racontez-nous les manifestations</i>).	Le site ne fait pas d'appels à témoignage et ne permet pas l'affichage de textes ou photos et vidéos des internautes.	Le site encourage le post de textes, photos et vidéos sur des événements divers (publication des <i>Youx*</i>).	Le site invite les lecteurs à envoyer des photos.
Publicité pour l'abonnement	Le site fait en Une de la publicité sur ses promotions d'abonnement.	Le site fait en Une de la publicité sur ses promotions d'abonnement.	Le site ne fait pas en Une de la publicité sur ses promotions d'abonnement.	Le site fait en Une de la publicité sur ses promotions d'abonnement.
Mise en page d'une sélection des articles les plus lus et commentés	Affichage des articles les plus « commentés... et envoyés ».	Affichage des articles les plus « lus ».	Affichage des articles les plus « consultés, commentés et partagés ».	Affichage des articles les plus « vus et commentés ».

Stratégies d'incitation à la participation	<i>LeMonde.fr</i>	<i>LeFigaro.fr</i>	<i>LeParisien.fr</i>	<i>Liberation.fr</i>
Participer à une interview	Possibilité de poser des questions aux invités du <i>Chat</i> , un « débat en direct » qui permet à tous les internautes, et pas seulement les abonnés, de poser des questions.	Possibilité de poser des questions aux invités de l'espace Le Talk Orange_ <i>Le Figaro</i> .	Pas de possibilité de poser des questions aux invités du journal (au moins au 09/02/11), mais on peut répondre « oui » ou « non » à la Question du jour.	Pas de possibilité de poser des questions aux invités du journal (au moins au 09/02/11).
Invitation à suivre les actualités du journal digital sur des réseaux sociaux	Invitation à suivre le <i>Monde.fr</i> sur Twitter et Facebook.	Invitation à suivre <i>LeFigaro.fr</i> sur Twitter et Facebook.	Invitation à suivre <i>LeParisien.fr</i> sur Twitter et Facebook.	Invitation à suivre <i>Liberation.fr</i> sur Twitter, Facebook et Netvibes.

Toutes ces stratégies montrent que les lecteurs sont des interlocuteurs et acteurs de tout premier plan permettant à l'instance médiatique de mettre en œuvre sa double logique symbolique et économique. L'échantillon que nous avons analysé nous a donc permis d'examiner le fonctionnement des discours dans la presse en ligne d'après ses conditionnements situationnels et discursifs. Nous pensons que ces premières observations nous permettent de conclure que les postulats essentiels du contrat de la communication médiatique (Charaudeau, 2003) restent opérants et qu'en tous cas ils peuvent être adaptés à la presse en ligne, et à ses caractéristiques telles que nous les avons vues précédemment, en tant qu'objet d'étude. Il nous reste à examiner le fonctionnement de ces discours en interaction avant de proposer, dans notre dernier chapitre, les éléments nécessaires à l'introduction d'une théorie de la coproduction journalistique.

5.3. Les discours en interaction

Comme nous l'avons vu auparavant, « l'exercice de la parole implique normalement plusieurs participants, lesquels participants exercent en permanence les uns sur les autres un réseau d'influences mutuelles ». Ainsi, « parler c'est échanger et c'est changer en

échangeant » (Kerbrat-Orecchioni, 1998). Ces influences mutuelles peuvent être « plus ou moins fortes selon la nature de la situation communicative » (deux sujets se parlant face à face ; un émetteur qui s'adresse à un récepteur absent).

Bien que l'étude de l'interaction ait privilégié le discours dialogué oral, nous avons pensé, en ce qui concerne l'objet de l'analyse, qu'il était possible de nous approprier certains outils théoriques et méthodologies de la linguistique interactionniste pour l'analyse de notre corpus, constitué de textes écrits. Ainsi, nous présentons les formations discursives produites par des journalistes et des utilisateurs-lecteurs de la presse en ligne dans le contexte de la linguistique interactionniste, outil méthodologique que nous avons adapté à nos objectifs :

Les énoncés ont été construits collectivement. Leur construction, qui ne s'entend pas comme une activité personnelle, est déterminée, « guidée » et influencée « par les *réactions* des différents récepteurs », réactions dont se sert l'utilisateur pour reformater son discours afin de « le rendre plus efficace dans l'interaction ». Ainsi, « le discours produit est alors le résultat d'un 'bricolage interactif' incessant » (Kerbrat-Orecchioni, 1998 : 61).

Les énoncés sont interprétés au fur et à mesure des interprétations réalisées « par tous les participants à l'échange communicatif ». Ceci indique que tous les participants « *collaborent* à l'interprétation des énoncés produits » par les divers acteurs, « et *négoient* en permanence le sens qu'ils leur attribuent ». Cela implique que l'objectif de l'analyste est d'établir les « procédures mises en œuvre par les participants pour mener à bien la construction interactive et intersubjective du sens » (Kerbrat-Orecchioni, 1998 : 61).

Ces observations nous montrent que le langage possède une « dimension temporelle », le discours étant un processus dynamique et non statique (Kerbrat-Orecchioni, 1998 : 62).

Cet ensemble de postulats, que nous avons mis en relation avec l'analyse du discours en interaction, nous permet de décrire le fonctionnement « des textes dans leurs contextes » (Bolívar, 2007b). Nous considérons, à partir de la linguistique pragmatique et fonctionnelle, que c'est sur « le plan interpersonnel de la description que sont choisis les contenus et que sont promus les échanges » (Bolívar, 2007b : 250).

Comme nous l'avons vu également, les significations du discours se construisent dans l'interaction sociale. C'est pour cette raison que nous avons souhaité mettre l'accent sur l'identité des participants, sur ce qu'ils disent et sur la manière dont ils le disent dans des contextes particuliers, ainsi que sur la responsabilité qu'ils assument en initiant des interactions. Selon cette perspective, le sujet parlant échange des informations, mais surtout des évaluations. Il y a une évaluation constante sur le monde, nous-mêmes, les autres, ce qui doit être et ce qui doit être fait et par qui (Bolívar, 2007b : 249-250).

L'*évaluation* joue un rôle prépondérant « dans la construction du monde et dans la construction des textes. Dans l'analyse du discours en interaction, l'évaluation représente la stratégie qui permet d'expliquer les modifications internes aux textes ainsi que les changements advenus dans la dynamique sociale » (Bolívar, 2007b : 250).

5.3.1. *La conversation*

Il faut se rappeler que dans la presse en ligne, les participants sont à la fois présents et éloignés, et séparés par l'espace et le temps. Par exemple, le temps qui sépare un commentaire du suivant (parfois seulement quelques secondes) nous montre qu'une étude de l'interaction pourrait être justifiée dans ce type de conversation.

Les éléments *initiation*, *réponse* et *résolution (follow up)* dans la structure de l'échange [proposés par Sinclair et Coulthard (1975), et cités par Bolívar (2007b)] peuvent être également valides dans l'analyse du discours en interaction des usagers avec le texte et des usagers entre eux-mêmes. On prend comme base d'étude la notion de séquence, de continuité dans le discours.

Dans notre échantillon, nous pensons que le texte journalistique initie la conversation, introduit le thème qui sera discuté et donc le débat lui-même. Les commentaires, réactions et points de vue des lecteurs constituent la réponse. La résolution pourrait se trouver dans les réponses de certains utilisateurs aux réactions déjà publiées par d'autres lecteurs. Ces résolutions, qui à leur tour donnent lieu à d'autres conversations (qui elles-mêmes pourraient commencer de la même manière, avec une initiation et une réponse) constituent un résumé ou une synthèse, une fermeture communicative, du discours pris comme un tout.

5.3.2. *Le texte écrit*

Cependant, si dans la conversation nous parlons d'échanges, dans les textes écrits nous parlons de séquences appelées triades dans lesquelles les textes peuvent interagir entre eux. Ce concept ne doit pas être confondu avec le précédent étant donné qu'une « triade est définie comme une unité sémantique et pragmatique similaire à l'échange, et structurée en trois

éléments : un tour initiateur (*lead*), un tour continuateur (*follow*) et un tour de fermeture (*valueate*). Les trois tours peuvent être identifiées par le changement de posture dans la séquence » (Bolívar, 2007b: 260).

« Les tours de fermeture peuvent constituer des évaluations dans certains contextes, comme dans les éditoriaux ou articles d'opinion » (Bolívar, 2007b: 260). Les textes de Francisco Toro et Daniel Politi, dans le *The New York Times*, évaluent ou referment une séquence d'information qui arrive à sa fin : les élections présidentielles au Venezuela sont annoncées, elles ont lieu et se terminent par un résultat et produisent toute une série de conséquences.

Dans la presse en ligne, par exemple, les commentaires des usagers peuvent constituer aussi des turns de fermeture en évaluant l'information présentée (publiée) dans son contexte. « La triade peut se considérer comme une unité basique dans l'interaction et peut être au moins de deux types : de *contenu* proprement (le thème ou topique) et d'*organisation*, (qui montre un type d'interaction sur le texte qui s'est construit) » (Bolívar, 2007b: 260). Ainsi, l'interaction dans le texte écrit peut être décrite dans une sphère *intratextuel* (en l'occurrence l'information journalistique et les commentaires des utilisateurs) et *intertextuel* (différentes informations relevant d'une même thématique, comme les quatre exemples de notre corpus, ou présentant une unité de contenu avec d'autres informations similaires publiées dans le journal en ligne). Cette posture théorique indique, d'ailleurs, que dans l'intertextualité les journaux changent leur façon d'évaluer selon leur proximité ou distancement du pouvoir.

Nous avons vu que le journal en ligne choisissait quelles étaient les évaluations qui pourront faire partie de la conversation initiée. Ce pouvoir, comme nous l'avons indiqué,

repose sur un principe de légitimité. Il y a un droit apparent à décider des caractéristiques souhaitables du dialogue, dans lesquelles le désaccord peut justement représenter une stratégie susceptible de produire un effet recherché : la presse en ligne est ouverte et plurielle et tous peuvent y participer. L'analyse des relations intertextuelles explicites aide à comprendre d'ailleurs comment les textes déchainent des autres textes et comment ces textes sont moulés entre eux. On comprend aussi de cette analyse pourquoi « l'histoire est une condition clé pour comprendre le discours » (Bolívar, 2007b: 261).

5.3.3. *Les interactions*

Nous avons vu, avec Kerbrat-Orecchioni (1990 : 214-234), que chaque interaction est divisée en cinq rangs : l'interaction, la séquence et l'échange (unités dialogales), l'intervention et l'acte de langage (unités monologiques).

Dans notre étude, l'interaction relève de trois critères : le « *schéma participationnel* », où l'échange « est délimité par la rencontre et la séparation de deux interlocuteurs » (la presse en ligne représente un espace à la fois physique et virtuel, dans lequel les communications sont médiatisés à travers les technologies informatiques et télématiques) ; l'*unité de temps et de lieu*, qui dans notre cas est multiplié et étendu à une universalité d'espaces (géographiques mais aussi psychiques), associés à une séquence de temps continu (les conversations de la presse en ligne peuvent aussi bien durer une heure et demie que trois jours) ; le *critère thématique*, déterminé par l'homogénéité du sujet de conversation choisi, qui se ramifie en diverses autres propositions (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 215).

Dans la séquence, définie comme un bloc d'échanges de nature sémantique-pragmatique, nous trouvons l'ensemble des critères thématiques évacués de l'interaction et le

macro-acte dans lequel le sujet interactant poursuit son but. Dans notre cas, les acteurs du discours évoquent le thème d'Hugo Chávez et l'associent à d'autres comme la révolution bolivarienne, l'Amérique latine, les riches et les pauvres et le journalisme au service des intérêts des puissants. Les internautes et les journalistes agissent en poursuivant un objectif, un but.

L'*échange*, au sens strict, est constitué des interventions que nous observons directement dans le corpus. Il s'agit des dialogues qui s'ouvrent et se ferment, des évaluations qui synthétisent les informations et prétendent refermer, sans jamais le faire, la continuité des textes. Dans cet échange, nous percevons une *intervention*, l'énoncé du locuteur, sa contribution particulière à un moment particulier. Dans notre cas, il s'agit de toutes les réactions aux discours informatifs que nous avons analysées, les contributions de chaque lecteur à l'article. L'ensemble des interventions culmine en une unité minimale conversationnelle (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 229-230) : l'acte de langage, concept issu de la « philosophie analytique », et que nous reprenons ici en tant qu'élément essentiel du contrat de la communication médiatique pour l'étude la presse en ligne en tant que machine productrice de discours.

Chapitre 7

Vers une coproduction journalistique dans la presse en ligne

Nous proposerons dans ce dernier chapitre, à partir des résultats de nos analyses, un modèle théorique de coproduction du discours journalistique en interaction tel que nous l'avons analysé dans la presse en ligne. Nous avons construit ce modèle car nous souhaitons dégager les conditions nécessaires à la construction du texte dans les conditions discursives relatives à notre objet d'étude. Il s'agit donc d'élaborer un appareil descriptif permettant la production efficace du discours informatif. Cette idée d'efficacité mérite bien évidemment quelques éclaircissements. Sur ce point, nous nous intéresserons ici à des aspects relatifs à la forme du message, à sa bonne construction, à sa capacité à se situer dans un contexte pour donner lieu à des signifiés compréhensibles pour les sujets participants de l'acte de langage, signifiés qui pourront être organisés et précisés dans une conception cohérente de la langue. Nous considérons, d'une manière générale, qu'il s'agit là de l'approche pragmatique-fonctionnelle telle que nous la proposons pour l'élaboration d'une théorie de la coproduction journalistique.

Ce modèle repose sur un schéma d'organisation discursive d'ordre linguistique-communicatif. Il est linguistique parce qu'il se réfère au langage et aux mécanismes qui décrivent son fonctionnement. Il est également communicatif parce que le mystère du langage s'inscrit essentiellement dans le contexte de la communication, dans lequel interviennent les

acteurs dotés de caractéristiques que nous avons étudiées sous l'angle du contrat, contrat par lequel ils s'accordent à (ré)interpréter le monde dont ils font partie. En résumé, le langage trouve sa raison d'être dans la communication.

Hagège (1996: 316) se demande comment il est possible d'appréhender l'homme dialogal et répond qu'il « semble de plus en plus clair [...] que s'intéresser au langage, c'est s'intéresser à l'homme défini par l'usage qu'il en fait ». Le langage dans le contexte journalistique, et sa capacité à représenter la réalité humaine et constituer un authentique savoir social, est une question essentielle dans notre étude.

« La faculté de symboliser est à la base du langage humain, elle en est l'“essence” selon Jakobson », (Hagège, 1976: 218). Cette faculté, qui trouve son expression première dans la *semiosis* —rencontre entre signifiant et signifié— (Finol, 1984), est à la base de la production du discours, tout particulièrement depuis une perspective linguistique. « Tout texte devient discours à chaque fois qu'il est lu ou analysé. Il rentre dans le processus de communication qui a commencé lors de sa création et qui le mènera à sa destruction ou à son renouvellement. Il y a des textes que l'on oublie et d'autres que la société renouvelle » (Cabeza, 1998: 44).

Le discours journalistique peut entrer dans la première de ces deux catégories. La machine productrice de sens fonctionne à un rythme imparable. Une nouvelle chasse l'autre. La société de consommation peut bien être appelée ainsi étant donné le flux d'informations qu'elle dévore. Le journaliste de la presse écrite détient un outil, voire une arme : le langage. Il peut construire des valeurs et contribuer à une meilleure éducation de la société aussi bien que miner et affaiblir les fondements d'une culture ou de siècles de tradition linguistique. Le

journaliste de notre étude trouve sa raison d'être dans l'usage (sage) de la parole imprimée. « La communication écrite ne permet pas d'apporter avec elle les nombreuses informations contextuelles qui sont données dans la conversation [...]. Pour compenser leur absence, il faut que davantage de choses soient dites expressément » (León, 2010: 33).

Le journaliste lorsqu'il écrit remplit cette exigence : « augmenter », élever à une dimension supérieure la référence qu'il utilise pour la transformer en un discours cohérent, efficace et pertinent. Il la transforme en discours réalisé, qui deviendra un énoncé linguistique (Hagège, 1999: 29), cet immense système dans lequel un locuteur et un interlocuteur participent à un événement énonciatif-hiérarchique, qui se projette vers un monde extérieur. Il est également déterminé par un signifié de signes, une sémantique de la syntaxe, par une organisation contextuelle, constituée de séquences, une organisation en paragraphes, des présuppositions locales et générales, une situation du discours, un point de vue sémantique-référentiel. Tout cela culmine en un système spécifique de langue, l'univers morphosyntaxique, en un cycle sans fin, un mouvement circulaire infini du langage.

L'écriture journalistique propre à internet a déjà été étudiée. Salaverría (2005) propose un manuel présentant des conseils pratiques d'écriture pour les publications en ligne. Il met l'accent sur l'impact des outils numériques sur l'écriture journalistique ainsi que sur la construction hypertextuelle du texte informatif. Dans cette contribution, que l'on peut considérer comme la suite logique de travaux antérieurs (Díaz Noci et Salaverría, 2003), l'auteur analyse les besoins, qui se sont faits jour dans l'univers de la presse, de disposer de moyens d'expression et de production adaptés au discours de la presse en ligne. Il s'agit en tout cas de travaux pensés pour l'instance médiatique, et qui ne prennent donc pas en compte les contributions informatives du lecteur. Il est possible qu'aujourd'hui encore il soit difficile

d'admettre que les contributions des internautes ont autant de poids dans la mise en scène du message que les informations d'un journaliste professionnel. Nous pensons que c'est le cas et c'est pourquoi nous avons choisi de mener la présente étude.

Il se trouve que dans ce processus de production discursive, le journaliste n'est plus seul, peut-être même ne l'a-t-il jamais été. La presse en ligne nous enseigne clairement que le texte journalistique est une composition d'ensemble. Pour cette raison, nous considérons que la participation quasi égalitaire des journalistes et des lecteurs dans la construction du texte en ligne peut donner l'occasion aux analystes du discours de décrire les énoncés journalistiques selon une perspective de la « création collective », comme nous pourrions l'appeler.

Afin de pouvoir proposer les éléments théoriques pour une coproduction journalistique dans la presse en ligne, il nous faut tout d'abord présenter quelques idées relatives au journalisme participatif, en nous aidant de travaux réalisés par différents auteurs. Nous pourrions après ce préambule présenter les caractéristiques linguistiques-communicatives, qui, selon nous, décrivent le discours journalistique produit par des locuteurs et interlocuteurs dans la presse en ligne.

1. Le web 2.0 et le journalisme participatif

Il nous semble nécessaire de replacer le concept de journalisme participatif dans le cadre du web 2.0.

« [L'expression du web 2.0] a été popularisée dans son sens actuel par John Battelle et Tim O'Reilly en 2004 lorsque ce dernier a lancé sa série de conférences du même nom. Le slogan associé par ses

inventeurs au web 2.0 est le « *Web comme plateforme* » [O'Reilly, 2005]⁴⁸, avec l'idée d'une migration des applications de l'ordinateur de l'utilisateur vers le web. Cette migration porte aussi sur les applications de création, de traitement et d'éditorialisation de contenus qui permet d'en faire un processus partagé. Concrètement, le web 2.0 rompt avec la logique unidirectionnelle de la distribution classique de contenus, de l'émetteur au récepteur. Tout le monde étant sur un pied d'égalité, tout un chacun peut produire et diffuser les contenus qu'il crée » (Dacos et Mounier, 2010: 89).

Le web 2.0 est un élément essentiel pour qui veut comprendre l'évolution de la presse en ligne depuis son apparition. Il est considéré comme une évolution d'internet vers une plus grande simplicité et interactivité. Grace à lui, les utilisateurs n'ont pas besoin d'avoir des connaissances techniques et informatiques poussées pour produire des contributions sur internet.

« Le fait technologique majeur qui autorise ces bouleversements est le caractère infiniment réinscriptible du texte électronique. Sur cette base, il a fallu peu de temps pour concevoir les outils permettant d'en tirer parti (systèmes de commentaires, blogs, wikis) puis de voir émerger des pratiques massives de partage et de création collaborative de contenus, dans un environnement désormais bien connu sous le nom de Web 2.0. Porté d'un côté par une très forte démocratisation des outils de création et de publication de contenus, de l'autre par une vague sans précédent d'aspiration du public à la créativité, le Web 2.0 est accompagné de tout un ensemble de concepts qui tentent de rendre compte des propriétés nouvelles du texte en réseau » (Dacos et Mounier, 2010 : 89-90).

Des autres auteurs observent que la question du web 2.0 est approchée à partir des mutations du capitalisme dans les industries de la culture et de la communication. « Cette démarche conduit à examiner comment le développement du web collaboratif constitue à la fois le vecteur et l'indicateur de mutations des industries de la culture et de la communication.

⁴⁸ Dacos et Mounier (2010) citent O'Reilly T. [2005], *What is Web 2.0*. [En ligne]. URL : <http://oreilly.com/Web2/archive/what-is-Web-20.html>.

Le web collaboratif est alors conçu, selon une approche relevant de l'économie politique de la communication, comme l'antithèse des industries culturelles supposément en déclin, voire, en voie de disparition » (Bouquillion et Mathews, 2010: 33).

Dans le web 2.0, « les attributs sociaux et psychologiques des individus et des groupes façonnent leur usage des médias de masse, plutôt que l'inverse. Nous utiliserions les médias parce qu'ils nous offrent des substituts à l'interaction humaine ou à la communication directe, mettant ainsi en place des stratégies de satisfaction de besoins qui ne trouvent pas de débouché dans le contexte immédiat » (Bouquillion et Matthews, 2010 : 77, 108).

Ce nouveau chapitre de l'histoire d'internet en tant que dispositif médiatique a permis de penser des concepts clés comme celui du *journalisme citoyen*, dont la définition pourrait être la suivante :

« Le 'journalisme citoyen' est un slogan lancé par Dan Gillmor, ancien journaliste professionnel installé dans le Silicon Valley et qui publia en 2006 un livre intitulé *We the media. Grassroots Journalism by the People, for the People* (Gillmor, 2006). [...] Gillmor montre comment l'homme de la rue peut se substituer au journaliste professionnel dans la production d'information, parce qu'il dispose désormais d'outils personnels d'enregistrement (appareils photo numériques, caméscopes et enregistreurs sonores) et d'outils de publication en temps réel (plateformes de partage de contenus, blogs et outils de micro-blogging). Ce 'journalisme sans journaliste', ou plus simplement journaliste citoyen, a suscité de nombreux débats » (Dacos et Mounier, 2010 : 90-91).

L'essor du journalisme citoyen dans le monde montre que toute la presse est touchée par une crise de légitimité. Cependant, « contre les soupçons de censure, d'autocensure, de connivence, voire de mensonge qui pèsent sur la presse traditionnelle, les initiatives

d'information citoyenne prétendent répondre à un besoin de vérité au sein de la société civile » (Dacos et Mounier, 2010 : 91-92).

Suivant Dacos et Mounier (2010 : 92), voici quelques « plateformes de partage de l'information [...] propagées avec le web 2.0 « à partir de 2003 environ » :

« en France, *Rue89* [...] et] *AgoraVox*, [de] bons exemples qui ouvrent leurs colonnes au simple citoyen. Aux Etats-Unis, *GroundReport*, *Kuro5hin*... ». « [...] La dimension militante n'est pas absente d'un certain nombre d'entre eux : *Indymedia*, *Alternet*, *Samizdat* par exemple ne font pas mystère de leur engagement. Plus généralement, le journalisme citoyen est vu par un certain nombre d'organisations de défense des droits de l'homme comme un contrepoids à la censure et à la propagande émanant de régimes non démocratiques » [...]. « De l'expérience *OhmyNews* et du journalisme citoyen, on retiendra donc qu'il ne remet pas en cause l'existence du journalisme professionnel —scénario improbable de la désintermédiation— mais qu'il le contraint à se repositionner dans un paysage pluriel. *OhmyNews* a exploré la voie de l'encadrement du travail citoyen par des journalistes professionnels. *Rue89* a choisi plutôt celle de la juxtaposition (sans s'abstenir d'effectuer un certain travail d'éditorialisation dans quelques cas) » (Dacos et Mounier, 2010 : 92).

Ramonet (2011: 73) rappelle l'expérience récente et réussie de *The Huffington Post*, vu comme « une tendance du journalisme de demain ». Ce média en ligne augmente sa diffusion grâce à l'utilisation de mots clefs, procédé très en vogue actuellement, afin d'apparaître immédiatement sur les moteurs de recherche, mais aussi en étant présent sur les sites en ligne de grands journaux de référence (comme *El País* et *Le Monde*). *The Huffington Post* est par ailleurs le résultat du travail collectif de journalistes professionnels, experts, blogueurs et internautes (Ramonet, 2011), qui se mettent tous au service de la finalité séductrice de la presse. Plutôt que les nouvelles proprement dites, ce sont le genre de l'article d'opinion ou de l'éditorial, les vidéos et les sujets de société qui sont privilégiés par ce média.

1.1. Classification

Lassica (2003) analyse les différentes formes de journalisme participatif et propose la classification suivante, présentée par Dacos et Mounier (2010 : 93).

« 1) outils de participation des lecteurs aux titres de presse grand public (qui a été notre objet d'étude). Exemple : forums de discussion du *New York Times*, opérations « Envoyez-nous vos photos » de *Libération* ; 2) sites d'information indépendants. Exemple : *Drudge Report* aux États-Unis, *Bakchich* en France ; 3) sites d'information totalement participatifs. Exemple : *OhmyNews*, *Indymedia* ; 4) médias collaboratifs et participatifs. Exemple : *Slashdot*, *Kuro5hin* ; 5) autres types de « médias légers ». Exemple : lettres de diffusion ; 6) sites personnels de diffusion d'information. Exemple : le blog de Jean-Michel Billaut ».

Dacos et Mounier (2010 : 108-109) disent que l'édition électronique repose sur cinq piliers distincts: « la *structuration de l'information* (la maintenabilité, l'évolutivité, l'indexabilité, la citabilité, la pérennité et l'interopérabilité des contenus) », « la *documentation de l'information* », « l'*optimisation des conditions de lecture* » (« l'accessibilité permet au contenu d'être consulté par la plus large population possible »), « l'*appropriation par le lecteur* » (« est à la base des usages du texte : lecture, mais aussi partages, commentaires, copie et... écriture de nouveaux textes ») et le « *développement des interopérabilités* » (« les interopérabilités sont des éléments décisifs pour donner à l'édition une véritable réticularité » : c'est-à-dire que la sortie et l'entrée de données du site sont aussi importantes l'une que l'autre).

Ainsi, et comme nous l'avons vu, la publication journalistique est à la portée de tous grâce à la quasi disparition de la frontière entre journalisme et publication personnelle (Lassica, 2003).

Il reste cependant une question : « *Le journalisme digital, est-il vraiment participatif ?* » Rebillard (2007b) propose une réponse :

« L'augmentation exponentielle du nombre d'internautes et des réseaux à haut-débit a fait naître l'idée d'une participation accrue des individus ordinaires à la production de l'information. Déclinaison de cette idéologie du web 2.0, le journalisme *participatif* est promu en tant que vecteur d'un accès plus égalitaire à l'espace médiatique. L'étude d'*AgoraVox*, principale expérience de journalisme *participatif* en France, permet de questionner une telle vision. Une comparaison peut être établie entre le projet initial d'*AgoraVox*, tel qu'exprimé par son cofondateur dans un essai sur la démocratisation des médias, et sa réalisation pratique, observable à travers des analyses sur les propriétés socio-démographiques des rédacteurs *citoyens*. Il apparaît que les rédacteurs d'*AgoraVox* sont pour l'essentiel des travailleurs intellectuels au profil sociologique très voisin de celui des journalistes professionnels. Un tel constat conduit à mettre à distance les discours postulant une révolution sociétale liée à l'irruption de l'internet, au profit de postures plus nuancées et empiriquement fondées » (Rebillard, 2007b : 11).

Cette affirmation vient nous rappeler qu'on ne peut courir le risque de dire que le journalisme en ligne soit sur le point de devenir véritablement participatif. Il existe des différences professionnelles et culturelles qui distinguent journalistes et lecteurs du processus de production informative. Certaines études, comme celle de Rebillard (2007b), montrent que l'idéal de démocratisation des médias est encore loin de se réaliser. Nous souhaitons dans notre travail, comme nous l'avons annoncé, proposer une modeste contribution à la réalisation de ce qui est encore à ce jour une utopie. À cette fin, nous pensons que le discours doit d'abord passer par la compréhension de certains modes d'organisation et par un agir communicationnel avant de devenir un véritable texte collectif. C'est ainsi, en résumé, que nous introduisons les éléments de notre théorie de la coproduction journalistique.

2. *Les modes d'organisation discursive journalistique*

Charaudeau (1992) a établi les modes d'organisation discursive suivants : énonciation, narration, argumentation. Il réalise cette classification après avoir décrit les actes de langage sous l'angle des *intentions* des sujets parlants, des paris communicatifs qu'ils lancent et des effets discursifs et socioculturels qu'ils produisent. Nous pouvons également citer Calsamiglia et Tusón (1999), qui, toujours selon l'approche choisie, ajoutent le dialogue et l'explication à la typologie de présentation du discours.

Nous souhaitons ici revenir sur ces concepts afin de les mettre en relation avec notre théorie de la coproduction journalistique qui se fonde, comme nous l'avons vu, sur les travaux de la linguistique discursive que nous avons présentés. Notre objectif est donc fondamentalement ici de proposer une méthode de production du texte journalistique à partir des genres journalistiques et des modes et typologies d'organisation discursive que nous avons mentionnés plus haut.

La plupart des journaux choisissent de transmettre leurs informations selon un répertoire de possibilités narratives et discursives. Les genres journalistiques les plus courants sont généralement la nouvelle, la chronique, le reportage et l'article d'opinion (l'éditorial). Mouriquand (1997) par exemple, comme nous l'avons vu, compare les genres journalistiques à la palette d'un peintre et décrit, selon l'école française de la presse écrite, deux types de journalisme : un journalisme « assis », où se déploie avec plus de « liberté » le talent littéraire de l'auteur (dans l'éditorial, la critique), et un journalisme « de terrain » (la nouvelle, le reportage, la chronique).

Nous présentons donc ici les modes d'organisation discursive de la nouvelle, du reportage, de la chronique et de l'éditorial ainsi que le type de relations qu'ils entretiennent avec les différentes sortes de commentaires émis par les utilisateurs-lecteurs de la presse en ligne. Nous chercherons donc à concevoir notre modèle de coproduction journalistique en nous fondant sur les moyens d'expression que nous avons définis.

La nouvelle, rappelle *El País* (2002: 37), suit ordinairement, bien que pas toujours, le modèle de la pyramide inversée (exposition des événements du plus important au moins important) et apporte « les réponses aux questions classiques quoi, qui, comment, où, quand et pourquoi » (les fameux « 5W »). Une grande partie des livres de style suggèrent d'opter pour des solutions plus imaginatives afin d'éviter le style purement « notarial ». La grammaire communicative de Franco (2007) propose des exemples concrets pour produire des informations relevant d'une bonne compétence linguistique. Le texte d'*El País* peut être considéré comme une nouvelle, bien qu'on y trouve également des éléments d'interprétation et d'analyse (si Chávez gagne les élections, il bénéficiera de l'entrée du Venezuela dans le bloc économique du Mercosur).

D'un autre côté, dans une étude antérieure (López Díaz, 2003), nous avons tenté d'analyser les caractéristiques du reportage selon l'angle du discours littéraire prôné par le *nouveau journalisme* ou *journalisme d'auteur*. La dimension esthétique du reportage, considéré comme le genre le plus subjectif, a été défendue par Tom Wolfe (Hunter, 1997) à travers l'utilisation de procédés tels que la description de l'intimité des personnages ou de scènes et l'exposition de longs dialogues et de monologues intérieurs. La primauté du récit, riche et nuancé, constitue l'atout majeur du reportage. La présentation des informations essentielles (répondant aux « 5W » ou questions fondamentales que tout journaliste doit se

poser) à la structuration du récit (théorie intercasuelle; Franco, 2007) est amenée différemment, de manière plus créative ou originale pourrait-on dire que dans un article classique, en fonction des préférences de l'auteur.

Il en va de même pour la chronique, considérée comme relevant d'un « style interprétatif » (*El País*, 2002: 43). Entre la rigueur et les exigences informatives d'une nouvelle, la chronique cherche, à travers une rédaction plaisante, à décrire, contextualiser, évaluer et interpréter. On peut trouver dans la chronique des caractéristiques de l'analyse. L'article de *Der Spiegel* est un exemple de ce genre.

L'éditorial, qui relève du genre de l'opinion, est également considéré comme une présentation d'arguments dont la direction du média assume la responsabilité. Le style, qui relève des hypothèses que l'émetteur formule au sujet des capacités interprétatives de son récepteur, constituera ici un outil d'analyse du discours. Sa production diffère considérablement de celle des genres que nous venons d'évoquer et dépend de facteurs que nous avons déjà vus tels que l'agir communicationnel, la mise en scène du sens et la syntaxe. Les textes du *New York Times* que nous avons analysés peuvent être considérés comme des articles d'opinion et relevant d'une finalité propre à l'éditorial.

Selon nous, le lecteur, à partir de ses possibilités limitées d'expression (n'oublions pas qu'il est invité « chez » le journaliste et qu'il doit se soumettre aux conditions imposées par ce dernier), peut, face à ces divers genres, produire quatre types de commentaires, selon une typologie que nous avons établie suite à nos observations :

Tout d'abord, *l'information additionnelle pertinente au regard du texte journalistique*. Elle consiste à présenter des références à d'autres sources ou à publier des images. Il s'agit, en résumé, de tout matériel susceptible d'apporter de nouvelles informations, différentes de celles de l'article, bien que ces dernières soient présentées par le journaliste dans un but bien précis et de manière entièrement subjective (pouvons-nous dire à ce stade que le texte journalistique est objectif ? L'objectivité dans le journalisme, selon divers auteurs [Torres, 1999], n'existe pas).

Ensuite, *l'expérience personnelle*. Nous avons pu observer, dans notre échantillon, que les lecteurs ont un grand besoin de raconter des (leurs) histoires. Relevant de la nature humaine, le besoin de s'exprimer est puissant et trouve dans la presse en ligne un terrain qui lui est particulièrement propice, plus que tous les autres terrains de l'univers médiatique. Les affaires Mediator et DSK, deux grands scandales de l'année 2011 en France, ont donné lieu à des milliers de réactions dans la presse en ligne. Dans le cas du Mediator, des dizaines de lecteurs ont partagé leur expérience sur la question de la consommation excessive de médicaments en France et sur l'impunité qui entoure les grands laboratoires pharmaceutiques. L'affaire DSK quant à elle a divisé les Français qui ont cru pour certains à une théorie du complot à l'américaine et pour d'autres à une flagrante preuve de décadence morale du monde politique français. On trouve dans ces réactions des récits personnels, des histoires racontées dans le but, sans doute non intentionnel, de présenter des points de vue différents et contrastant avec les informations journalistiques.

Enfin, le commentaire qui *se fonde sur un jugement de valeur et qui critique le média ou d'autres participants du forum*. Ce type de réaction est sans doute le plus courant dans la presse en ligne. Sa fréquence témoigne de la finalité du lecteur qui cherche avant tout à faire

comprendre qu'il n'est pas un sujet passif et qu'il peut de lui-même vérifier les informations qui lui sont fournies par le journal ou encore trouver d'autres sources d'informations. Comme nous l'avons dit auparavant, nous pensons que le lecteur de la presse en ligne est à ce jour le moins conformiste de tous les lecteurs de presse qui ont été étudiés à ce jour. Il est néanmoins soumis à certaines conditions, même si le média lui confère une position de visiteur désiré.

De cette typologie il ressort que l'utilisateur ne peut cependant pas dire tout ce qu'il souhaiterait dire étant donné que le média se réserve le droit de ne pas publier les commentaires non conformes à ses exigences. La figure du filtre ou du modérateur est très souvent décriée, l'utilisateur pouvant parfois savoir que le média a décidé de supprimer sa participation (comme dans *El País*, par exemple). Cela montre que c'est bien la finalité informative et régulatrice du média qui prévaut sur toutes les autres.

Cependant, face à une information publiée dans un média en ligne à des fins de manipulation, son public a au moins désormais davantage de possibilités qu'auparavant de manifester son désaccord, mais il ne pourra le faire que selon les paramètres et les conditions que le média considèrera nécessaire afin de garantir sa ligne de production de sens.

Nous résumons l'idée générale de notre propos dans le tableau suivant qui met en relation les modes d'organisation du discours, le genre journalistique, le type de commentaire de l'utilisateur-lecteur et la typologie de présentation du discours :

Mode d'organisation du discours	Genre journalistique / <i>Type de commentaire de l'utilisateur-lecteur</i>	Typologie de présentation du discours
Énonciation	La nouvelle / <i>Information additionnelle pertinente (références à d'autres sources, publication d'images)</i>	Le dialogue (l'interview) et l'explication sont toujours présents dans la création du texte journalistique et du commentaire de l'utilisateur-lecteur.
Description et narration	La chronique et le reportage / <i>Expérience personnelle</i>	
Argumentation	L'article d'opinion / <i>Commentaire fondé sur un jugement de valeur, qui présente une critique du média ou d'autres participants du forum</i>	

2.1. La notion de style selon le modèle linguistico-communicatif

Nous tenterons dans les lignes qui suivent de définir la notion de style selon une double approche : au plan de l'énoncé (aspects verbaux, syntaxique, sémantique) et au plan de l'énonciation (relation entre les protagonistes du discours : locuteur/récepteur/référent) (Todorov, 2006). Cette position nous a paru davantage en accord avec l'approche pragmatique et fonctionnelle du modèle communicatif que nous avons employé. Nous pourrions ensuite également définir le style journalistique selon le cadre théorique choisi et comprendre le fonctionnement du texte produit par le journaliste par opposition (ou plutôt en collaboration) à celui de l'internaute.

Nous commencerons ici par relier ces concepts à notre propos car :

« ...il est superflu d'utiliser le terme style pour désigner un type fonctionnel du langage, par exemple le style journalistique, ou administratif, etc. Nous définirons plutôt le style comme le choix que tout texte doit opérer parmi un certain nombre de disponibilités contenues dans la langue. Le style ainsi entendu est équivalent aux registres de la langue, à ses sous-codes [...]. Et la description stylistique d'un énoncé n'est que la description de toutes ses propriétés verbales » (Todorov, 1974: 344).

Il convient ici d'évoquer au préalable les définitions du style issues de certains manuels de rédaction conçus par divers journaux de langue espagnole. Que ce soit selon *El Nacional* (1998) ou *El Tiempo* (1995), en Amérique du Sud, ou *El País* (2002), en Espagne, le style journalistique relève d'un ensemble de normes d'écriture fondés sur les notions essentielles de clarté, de précision, d'économie dans l'usage de la langue et d'aisance. Ces normes visent à homogénéiser l'écriture des informations publiées par un journal afin que le discours général du média soit cohérent. C'est pourquoi une grande partie de ces manuels est consacrée à l'orthographe (quels mots il faut écrire en majuscule, par exemple), à la présentation des chiffres, aux sigles et aux difficultés d'ordre morphosyntaxique et lexical.

La finalité de ces manuels est purement normative. Ils s'appuient sur la grammaire traditionnelle dont on attend des journalistes qu'elle soit respectée. Il se dégage cependant de ces ouvrages l'idée que le style est d'un certain côté affaire de subjectivité. Chaque journaliste jouit d'une certaine liberté dans la présentation des nouvelles et rédige les informations en fonction de la formation qu'il a reçue, de sa personnalité, de son approche particulière et bien entendu, de la ligne éditoriale du média.

Ainsi, par exemple, un passage télévisé d'Hugo Chávez n'a jamais été décrit dans les mêmes termes selon qu'il était rapporté par l'agence de presse du gouvernement ou par un

quotidien de Caracas. Cela se produit lorsqu'on choisit un genre journalistique déterminé : le récit d'un événement sera différent selon qu'il est rédigé sous l'angle du reportage, de la chronique ou de la nouvelle. Le style, en tout état de cause, nous renvoie au concept de forme, d'armature, d'apparence ou à la syntaxe si on le rapporte au modèle que nous étudions.

La définition de Todorov (2006), bien que vaste et peut-être trop générale pour notre travail, est néanmoins valable car elle touche aux aspects de l'énonciation (l'élément pragmatique) et de l'énoncé (l'élément sémantico-syntaxique). Elle inclut en effet d'un côté la relation locuteur-récepteur-référent, le langage en contexte, le contexte communicatif, les actes de parole, tout ce qui est manifeste dans le discours rapporté, qui a constitué la matière d'importantes recherches discursives, et qui, dans le milieu journalistique peut être appliqué dans l'usage du style direct et du style indirect.

Un second aspect de l'énonciation peut être ainsi décrit :

« La situation spatio-temporelle des protagonistes du discours est indiquée le plus souvent – mais pas toujours – par des morphèmes entiers : pronoms personnels, démonstratifs, possessifs ; adverbes ; désinences du verbe et du nom. Leur distribution et leur fréquence donnent la mesure des différences stylistiques » (Todorov, 2006: 347).

Dans cette idée est évoquée l'attitude du locuteur, qui peut être déterminée à travers des traits distinctifs sémantiques. Ainsi, Todorov distingue 1) le style émotif (l'accent est mis, dans la relation entre le locuteur et la référence du discours, sur le locuteur. L'auteur évoque avant tout les interjections mais nous pouvons également citer l'expression des émotions dans le discours). 2) Le style évaluatif où l'accent, dans cette même relation entre locuteur et référence, est mis sur la référence (il est question ici de la description comme

mode d'organisation du discours). 3) Le style modalisant où « le locuteur porte dans ce cas une appréciation sur la valeur de vérité du discours, autrement dit sur la relation entre le discours et sa référence (ou son contexte) » (Todorov, 2006: 347). Même si pour l'auteur cette appréciation se manifeste par des expressions comme « peut-être » ou « sans doute », etc., nous y voyons quant à nous l'expression de la subjectivité du journaliste dans l'élaboration de son message, la manière dont il évalue les faits et les hiérarchise, qu'il suive le modèle de la « pyramide inversée » ou qu'il réponde aux « 5W » (système intercasuel).

En évoquant les styles syncrétiques, Todorov (2006) mentionne le monologue et le dialogue, formes discursives qui sont quasi symétriquement opposées en ce qui concerne la référence à la situation allocutive, les cadres de référence, la présence ou l'absence d'éléments métalinguistiques, les exclamations, les formes interrogatives. Le dialogue vu sous cet angle peut très bien servir d'élément de base à l'étude de l'interview en tant que genre journalistique et en tant qu'élément textuel du dispositif utilisé dans la communication médiatisée par ordinateur (CMO).

Dans tout cela, dans cette attitude du sujet parlant émetteur, il existe une relation directe entre les processus abstraits qui sont mis en œuvre dans la production du discours et ce très vaste référent que Franco (2007), s'appuyant sur le concept d'Habermas, appelle le « monde vécu ». D'un autre côté, le style répond également à certains critères relevant de l'énoncé. En ce sens, « étudier l'aspect verbal au niveau de la phrase ou de l'énoncé revient à en chercher les propriétés rythmiques et mélodiques » (Todorov, 2006: 345). Cette définition donne la possibilité d'étudier un texte en fonction du nombre et de la distribution de ses unités minimales.

Cela nous mène à l'aspect syntaxique où « la structure syntaxique d'une phrase peut être présentée comme le résultat d'une série de transformations à partir d'une ou de plusieurs propositions nucléaires » (Todorov, 2006: 345). Le nombre et la nature de ces transformations déterminent le « style syntaxique », poursuit l'auteur. Au niveau sémantique, d'autres catégories qui déterminent le style sont ajoutées : la représentativité (description de faits et d'événements avec une grande capacité dénotative par exemple) ; la figuralité (« toute expression est, virtuellement, figurée ») ; la plurivalence (« Le discours n'évoque pas seulement sa référence immédiate mais aussi d'autres discours »).

Ces concepts peuvent indéniablement être appliqués à d'autres domaines des sciences du langage. L'interprétation que nous en avons faite ainsi que leur mise en relation avec le modèle linguistique, la grammaire communicative et les notions de la linguistique discursive nous ont servi pour l'étude de notre échantillon et nous ont permis d'identifier et de comprendre les éléments que nous pouvions ajouter à notre théorie de la coproduction journalistique dans la presse en ligne.

3. L'agir communicationnel du journaliste et du lecteur

Franco (2004: 41) définit l'*agir communicationnel* comme « l'interaction entre au moins deux sujets qui possèdent la faculté du langage et qui souhaitent établir une relation interpersonnelle ». Dans le journalisme en version papier aussi bien que numérique, nous pensons que cette interaction peut être de deux sortes. 1) Elle peut être directe : elle a lieu lorsque par exemple, et surtout dans la presse en ligne, le lecteur peut réagir à un texte journalistique, donner son avis et interagir avec d'autres utilisateurs qui participent au forum du journal en ligne. 2) Elle peut être indirecte : elle s'exprime dans l'interprétation

personnelle du discours journalistique, dans le processus de transaction du contrat de communication (Charaudeau, 2003), dans la recherche de l'idée développée dans le texte. Dans ces deux sortes d'interaction la finalité reste la même : sémiotiser les références, leur donner du sens à travers des unités choisies, les revêtir d'une carapace syntaxique. Une fois de plus, « le langage trouve son sens authentique et véritable dans la communication ; sa fonction première est l'interaction communicative » (Franco, 2004: 34).

Le journaliste, pour être « fonctionnel », doit partir de son agir communicationnel afin de s'exprimer efficacement et afin que son message soit conforme aux objectifs souhaités. L'agir communicationnel comprend une série de facteurs dont il faut tenir compte afin de remplir cet objectif : la relation sujet-monde, la situation, le langage, le monde vécu, le contexte, la culture, la société, la personnalité, le savoir d'arrière-plan (constitutif du monde vécu) (Franco, 2004, 2007). Ainsi, seul le concept d'agir communicationnel « présuppose le langage comme un médium d'intercompréhension » (Habermas, 1989: 137, cité par Franco, 2004 : 41).

L'agir communicationnel définit alors le discours journalistique à travers le langage, la situation, le contexte et la culture. La compréhension de cet aspect contribue à son efficacité.

3.1. La recherche de sens dans le discours journalistique

Evoquant le style journalistique, Gaillard (1971) affirme qu'il doit être simple, correct et incisif. Naville-Morin (1969 : 13) de son côté affirme que la presse envoie au lecteur un message selon trois tendances explicites : « la tendance à l'exhaustivité » (la promesse que « tout » sera dit), « la tendance à la variété » (la promesse de *tout*), « la tendance à l'actualisation » (« la promesse non seulement de dire tout sur tout, mais de le dire au

moment, ou presque, où il se produit »). Sormany (2000) explique par ailleurs, comme nous l'avons vu, que le *nouveau journalisme*⁴⁹ utilise des techniques littéraires et cinématographiques dans la structuration du récit : description de scènes, dialogues, action, séquences en leitmotiv, flashbacks. Martin-Lagardette (2009: 39) ajoute que la première caractéristique de l'écriture journalistique est de « vouloir tout dire tout de suite ».

On estime que le journalisme gagne en qualité lorsqu'il s'accomplit selon certains principes. C'est une technique, en fin de compte, qui se bonifie avec l'expérience. Le journalisme est un métier qui exige la recherche du sens, de la signification et de connaître le « vouloir dire » et le « comment le dire ». Du sens journalistique peut être construit à partir d'un même événement appréhendé selon des angles différents. Voici des exemples extraits d'un même moment discursif : la défaite inattendue du tennisman espagnol Rafael Nadal, alors numéro un mondial, à l'Open d'Australie en janvier 2011.

E1: *Ferrer rompe a Nadal*⁵⁰ (littéralement, Ferrer « casse » Nadal)

E2: *Ferrer despierta del sueño del 'Rafa Slam' al número 1 del mundo*⁵¹ (littéralement, Ferrer « tire » le numéro 1 mondial de son rêve de « Rafa Slam »)

E3: *Nadal cae ante Ferrer en tres sets en Australia*⁵² (littéralement, Nadal « tombe » devant Ferrer en trois sets en Australie)

Ces trois exemples illustrent la composition de la structure grammaticale déterminée par le modèle actanciel (quelqu'un *casse (rompe)* quelqu'un ; quelqu'un *tire (despierta)* (en français, « réveille ») quelqu'un de quelque chose, quelqu'un *tombe (cae)* devant quelqu'un

⁴⁹ Les Américains sont considérés comme les pères du *nouveau journalisme*, que nous voyons ici comme un mode d'organisation du discours qui s'appuie sur l'écriture journalistique et littéraire. « Le journalisme est le grand genre littéraire du XX^e siècle » affirme l'écrivain Manuel Vicent (en Vilamor, 2000: 67).

⁵⁰ *ElMundo.com*, 25 janvier 2011.

⁵¹ *Marca.com*, 25 janvier 2011.

⁵² *El País.com*, 25 janvier 2011.

dans un lieu déterminé). Le thème (Nadal) est situé dans les deux premiers exemples (E1, E2) selon la perspective de focalisation du rhème (Ferrer). Le chapeau de l'article annonce « Le numéro un blessé aux ischio-jambiers de la cuisse gauche s'est incliné en 6-4, 6-2 et 6-3 ». Les sèmes virtuels engagés dans l'acte de « casser » (*romper*) quelqu'un acquièrent une signification multiple : le tennisman est « cassé » par sa défaite, par son accident, par la manière dont il a perdu le match. Le chapeau de l'exemple E2 (« David Ferrer, la surprise du jour, a battu en quarts de finale un Nadal diminué qui a souffert d'une déchirure de fibres pour laquelle il a dû être soigné plusieurs fois.... ») met l'accent sur l'idée d'un rêve qui se brise sous l'action de quelqu'un ; ici, la série de victoires du tennisman est interrompue par surprise à cause de sa blessure mais aussi de son adversaire. Après le rêve, la réalité... ou le cauchemar.

La mise en scène du jeu de significations dans le discours journalistique doit être une technique que le journaliste, pour être « fonctionnel », doit maîtriser afin de savoir représenter la réalité et de contribuer à la connaissance de la société (Ferenczi, 2005). Dans ce processus, l'utilisateur-lecteur collabore avec le journaliste à la composition collective du discours, en apportant de nouveaux points de vue sur la réalité.

3.2. La construction du texte

La syntaxe, en tant que discipline linguistique, sert également à déterminer « comment construire et employer telle ou telle forme grammaticale, comment exprimer telle ou telle intention » (Santomauro, 1999). Dans le contexte de son utilisation en presse écrite, rappelons-nous à nouveau ce que nous indique Mouriquand (1997: 3) : « L'écriture journalistique est différente des autres. C'est son efficacité à véhiculer un message qui prime ».

Le Vénézuélien Andrés Bello (1781-1865) définissait la grammaire d'une langue comme « l'art de parler correctement, c'est-à-dire conformément au bon usage, qui est celui des personnes instruites » (1997 [1847] : 35). Cette vision de *prestige linguistique*, qui est toujours présente dans la conception de la Real Academia espagnole (institution chargée de la normalisation de la langue espagnole) par exemple, se traduit dans les livres de style journalistique par la préférence donnée à l'ordre syntaxique *sujet, verbe, objet* (SVO). Cassany (2000: 13) assure cependant qu'« écrire, c'est beaucoup plus que connaître l'abécédaire ou de coller des lettres ensemble [...]. Écrire signifie être capable d'exprimer l'information de manière cohérente et correcte pour qu'elle soit comprise par d'autres personnes ».

Le modèle linguistique-communicatif nous indique que l'émetteur active toute une série de processus (de compréhension, analytiques et leurs résultats) bien avant d'organiser son discours de manière syntaxique. La syntaxe, située au niveau linguistique et discursif du modèle, est accompagnée d'autres disciplines encore considérées comme normatives (comme la ponctuation) afin de remplir l'objectif mentionné par Cassany (2000: 162):

« De la même manière d'une kyrielle de perles doivent être retenues par un fil, les phrases de l'écrit comportent de multiples liens, plus ou moins évidents : ponctuation, conjonctions, pronoms, déterminants, liens de parenté lexicale et sémantique, liens logiques, etc. L'ensemble de ces liens forme un réseau de cohérence du texte, la texture cachée du texte, qui lui donne une unité et lui permet d'agir en tant que message complet et significatif ».

Une utilisation peu efficace ou la méconnaissance de l'importance syntaxique d'un énoncé journalistique peuvent donner lieu à des phrases telles que celles-ci :

E4: *Asesinan a tiros a una chica embarazada y cae el ex novio*⁵³ (Ils tirent sur une femme enceinte, son ex-fiancé tombe)

Le véritable agent de l'énoncé, le moteur de l'action, est l'ex-fiancé. Cette information nous est donnée dans le chapeau, où le journaliste explique que l'homme assassine la femme enceinte et qu'ensuite il est arrêté par la police (« *cae* » (tombe), a en effet cette signification en Argentine). Cependant, le titre exprime une idée différente : le verbe assassiner, conjugué au pluriel (ils assassinent) semble indiquer qu'un groupe de personnes, en réalité inexistant, ont tué la femme et que l'« ex-fiancé » a pu être blessé. Cette confusion aurait pu être évitée avec une phrase du type : *La police arrête un homme pour le meurtre de son ex-fiancée.*

D'un autre côté, les exemples suivants rendent compte de la richesse fonctionnelle du discours journalistique :

E5: *Cine británico encabeza nominaciones al Oscar*⁵⁴ (littéralement, « Le cinéma britannique en tête des nominations aux Oscars »)

E6: *The King's Speech* reina en las nominaciones a los Oscar con 12 candidaturas⁵⁵ (littéralement, « Avec 12 nominations, *The King's Speech* domine les Oscars »)

E7: *La corona británica vuelve a seducir al premio Oscar*⁵⁶ (littéralement, « La couronne britannique séduit à nouveau l'Oscar »)

Les syntagmes nominaux choisis (cinéma britannique ; le titre anglais d'un film ; la couronne britannique) sont les acteurs des verbes qui expriment un message de victoire, de

⁵³ *Clarín.com*, 25 janvier 2011.

⁵⁴ *ElTiempo.com.co*, 25 janvier 2011.

⁵⁵ *El Nacional.com*, 25 janvier 2011.

⁵⁶ *ElMercurio.com*, 25 janvier 2011.

conquête (être en tête de, régner, séduire). Ces trois exemples informent de la même manière d'une même réalité : les nominations d'un film aux Oscars.

3.3. Pragmatique de la ponctuation

À partir de notre approche fonctionnelle et sémiolinguistique, nous allons considérer les signes de ponctuation du discours journalistique comme des symboles ou des images qui remplissent une fonction de communication. La ponctuation est d'une grande importance dans la construction du discours journalistique et dans la mise en relation ultérieure de ce dernier avec les participations des utilisateurs. Les idées que nous présentons ici peuvent également être mises en relation avec les outils de participation utilisés dans la communication médiatisée par ordinateur que nous avons vus précédemment avec les travaux de Marcoccia (2004a).

C'est pourquoi, et en un sens que nous adaptons à notre propos, Cabeza (1977: 13, 14) explique que « l'image accomplit la signification de la langue, elle est plus proche de la possibilité expressive, elle va vers l'universel, le concret, le général. L'écriture va vers le plus particulier, ce qui est abstrait et plus profond. Tous les deux ont leur propre identité et ne sont pas exclus ». Les signes de ponctuation, entendus comme un ensemble d'images, sont selon nous complémentaires du discours référentiel de l'écriture et du message que le journaliste-émetteur souhaite envoyer à l'internaute-récepteur.

Ainsi, l'écriture et les signes de ponctuation constituent le niveau discursif de l'énoncé journalistique. La Real Academia espagnole indique que « l'écriture, quant à elle, est un système symbolique et communicatif de nature graphique qui a pour but la représentation des messages et des textes sur des supports stables ». (RAE, 2010: 2). La Real Academia, qui

reconnait l'importance d'étudier les normes qui déterminent quand et comment doivent être utilisés les signes conventionnels établis pour représenter graphiquement le langage, signale que l'orthographe signifie, selon l'origine grecque du mot, l'« écriture droite » (RAE, 2010: 8-9).

C'est peut-être pour cette raison que la ponctuation continue à être l'un des domaines les moins étudiés dans l'analyse du discours (Figueras, 1997). Cependant, différentes études indiquent qu'il est possible de proposer une explication de la pragmatique de la ponctuation « depuis la perspective de la théorie de la pertinence » (Figueras, 1997)⁵⁷.

Maingueneau (Charaudeau et Maingueneau, 2002: 449) cite Catach [1980: 16], pour qui la ponctuation est « un système de signes non alphabétiques, plus ou moins 'idéographiques' [qui] fonctionnent comme des signes linguistiques, et cependant n'ont en général aucune correspondance articulatoire ». Selon Maingueneau (2002 : 450), la ponctuation peut être étudiée selon trois approches théoriques : *la première*, fondée sur la théorie de Catach, distingue la ponctuation du texte, de la phrase et du mot ; *la deuxième*, inspirée des travaux de Védénina [1989], expose la fonction syntaxique, sémantique et communicative (qui s'applique particulièrement à la langue française) de la ponctuation qui recouvre deux aspects (l'actualisation : le passage de la langue au discours ; et l'énonciation : cadre de répartition du thème et du rhème) ; *la troisième*, enfin, se fonde sur la conception autonomiste des signes de ponctuation d'Anis, Chiss et Puech [1988 : 77] (« l'autonomisme

⁵⁷ L'auteure cite les travaux de Beaugrande [(1984), *Text Production. Toward a Science of Composition*. Ablex : Norwood], de Catach [(1994), *La ponctuation*. Presses Universitaires de France : Paris], de Chafe [(1987a), *What good is punctuation*, Berkeley and Pittsburgh: Center to the Study of Writing, Occasional Paper, 2. (1987b), *Punctuation and the prosody of written language*, Berkeley and Pittsburgh: Center for the Study of Writing, Technical Report, 11], de Fayol y Abdi [(1990), Ponctuation et connecteurs, in Charolles, M.; S. Fischer y J. Jayez (éd.). *Le discours. Représentations et interprétations*, Presses Universitaires de Nancy, Nancy, p. 167-180] et de Nunberg [(1990), *The Linguistic of Punctuation*, Stanford, Ca: Center for the Study of Language and Information, Lecture Notes 18].

traite la langue écrite comme un système spécifique en interaction relative avec la langue parlée »).

Figueras (1997) tente d'exposer le « contenu intrinsèque de certains signes de ponctuation, en unifiant et en clarifiant la poly-fonctionnalité assignée par les conventions à chaque signe ». Il est ainsi possible de classer les signes de ponctuation dans la structure discursive de la manière suivante :

Signe	Unité délimitée	Niveau
Virgule [,]	Syntagme	<i>microstructurel</i>
Deux points [:]	Proposition	
Point-virgule [;]	Proposition textuelle	
Point [.]	Énoncé textuel	
Point à la ligne [.]	Paragraphe	<i>Niveau macrostructurel</i>
Point final [.]	Texte	

Figueras (1997)

Cette approche, qui permet de « présenter le fonctionnement cognitif des signes de ponctuation » (Figueras, 1997), constitue un aspect important de notre propos. Les textes journalistiques et les commentaires des utilisateurs sont finalement, comme n'importe quel autre texte, des séquences de discours (d'information) qui requièrent un ordre et une hiérarchie garantissant leur efficacité et leur compétence linguistique.

Selon certains analystes (Maingueneau, 2002 : 450), cette structure symbolique remplit trois fonctions principales : « unir et séparer les mots à divers niveaux (fonction

syntactique), mettre en correspondance avec l'oral (fonction prosodique), compléter ou suppléer les mots (fonction sémantique) ». L'approche pragmatique de la ponctuation représente cependant dans notre étude un sujet à développer dans le modèle de la coproduction journalistique. Le cadre théorique que nous avons choisi montre les applications possibles (et multiples) des sciences du langage dans la production discursive journalistique. La question des signes de ponctuation est, selon nous, l'un des nombreux sujets qui pourraient être étudiés dans de futurs travaux.

4. La coproduction journalistique

Après avoir présenté les principes relatifs à l'organisation du discours journalistique dans l'agir communicationnel, nous décrirons à présent l'un des nombreux éléments qui pourraient être inclus dans une possible coproduction journalistique.

Nous considérons tout d'abord que le journaliste dispose toujours de moyens plus importants lui permettant de remplir son objectif de transmission de savoir et que par conséquent, c'est à lui qu'il incombe de revenir sur les contributions des lecteurs pour reproduire, en fonction de son approche particulière, les différents points de vue auxquels son information a donné lieu. Ainsi, pour donner un exemple, *The New York Times*, après la publication des commentaires de l'article de Daniel Politi (voir annexes), aurait pu mettre en ligne un texte avec les caractéristiques suivantes :

Titre: Les lecteurs s'expriment après la victoire de Chávez

Information : Les utilisateurs de l'édition internationale en ligne de *The New York Times* ont livré dans ce journal leurs impressions après l'annonce de la victoire électorale d'Hugo Chávez au Venezuela. Ainsi, **Don S.**, depuis Montréal, a critiqué les informations délivrées par un autre journaliste de notre

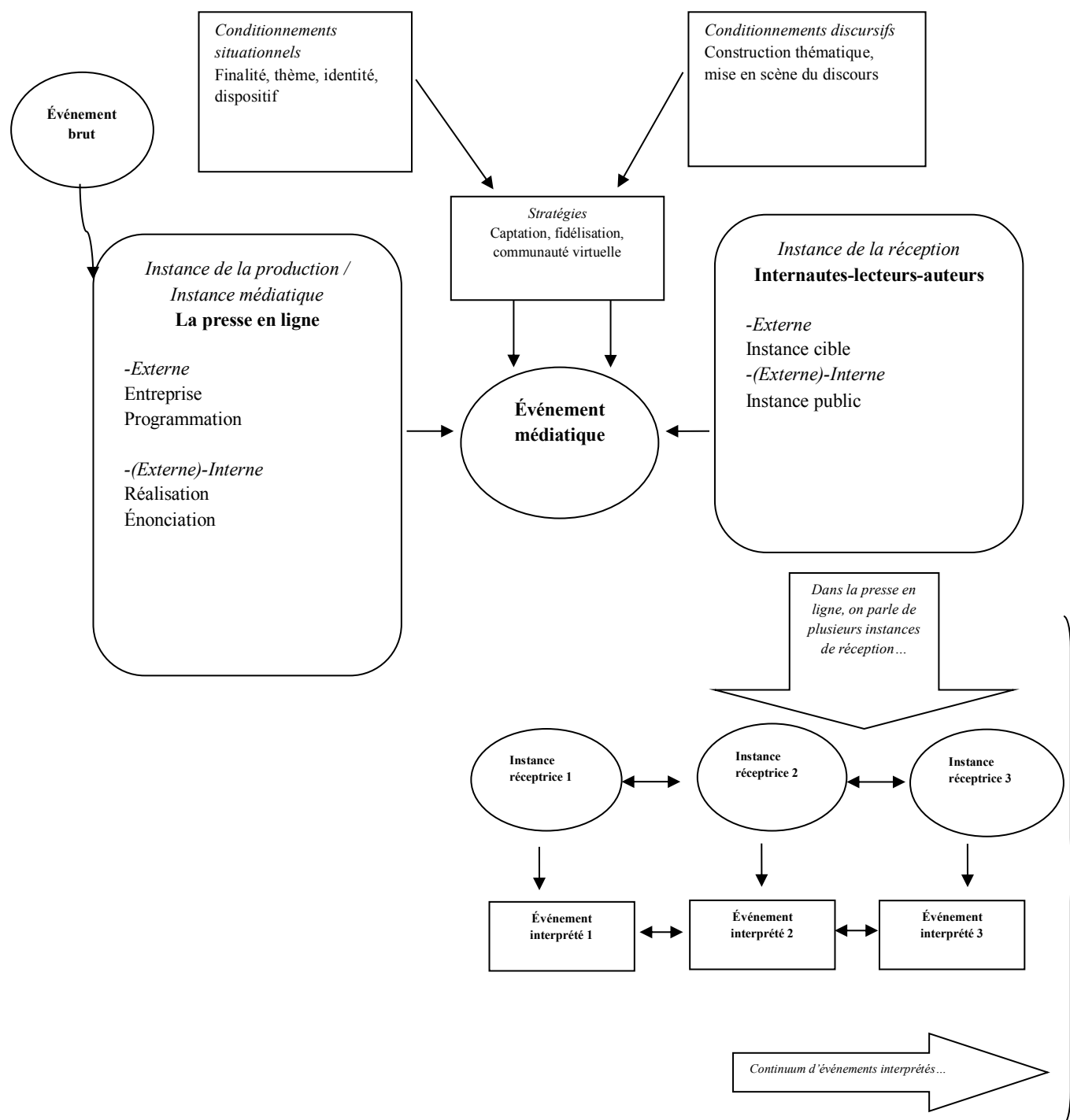
journal qui avait pronostiqué la fin de l' « ère chaviste ». Depuis New York, **David Chowes** salue la « fermeté » de la diplomatie vénézuélienne face à la politique internationale américaine, l'un des thèmes clefs pour comprendre le régime présidé par Hugo Chávez. En France, une lectrice, **Odette de Crécy**, espère que le Venezuela ne finira pas comme l'Argentine, pays dont la présidente, Cristina Fernández de Kirchner, a exprimé sa sympathie au président vénézuélien et évoqué les liens qui les unissent dans le leadership de la gauche sud-américaine. De son côté, **John J. Jag**, de Suisse, affirme que Chávez a gagné car il a su « inventer » des sujets démocratiques ayant reçu un soutien populaire grâce à l'utilisation de la propagande. Pour terminer, un lecteur plus anonyme, **South American**, critique ironiquement la gestion, surtout financière, des présidents Chávez et Kirchner. Ces cinq points de vue reflètent l'intérêt de nos lecteurs pour ce sujet de vaste portée internationale.

C'est là l'une de nos idées. Il peut sembler inutile qu'un journal présente un résumé des avis de ses lecteurs (pourquoi le faire puisque les réactions sont déjà en ligne ?). Cependant, selon notre approche, le résumé pourrait constituer un outil de journalisme participatif pour la presse en ligne actuelle, outil par lequel l'instance médiatique, convertie en interlocutrice, s'engage à reproduire le contenu des interprétations dans le processus de transaction du contrat, en le redimensionnant et en lui donnant davantage de visibilité et d'importance dans le traitement informatif de l'événement.

Nous sommes cependant conscients des risques que présente cette proposition : le journaliste, en tant que membre de la machine médiatique soumis aux conditions situationnelles et discursives imposées par le média, n'est jamais neutre ni objectif, et dans cet exercice de résumé des réactions il pourrait très bien s'éloigner de la finalité recherchée par l'utilisateur-lecteur. Il est vrai que certains journaux, comme *Le Monde*, *Le Figaro*, *El País* ou *Clarín*, permettent à leurs utilisateurs inscrits de posséder un compte personnel et même un blog pour exprimer leurs propres idées. Cependant ces espaces octroyés ne jouent jamais le même rôle que les informations formellement publiées par le média lui-même. La coproduction journalistique telle que nous l'avons définie n'existe pas pour l'instant dans l'actuelle presse en ligne.

Cependant, pour en revenir à notre exemple, est-il possible d'affirmer que l'intention des lecteurs du *New York Times* est bien celle que nous avons rapportée dans notre résumé ? L'instance médiatique a-t-elle le droit, et jusqu'à quel point, de rapporter le discours des lecteurs, discours qui a déjà été filtré par le modérateur ? Le journaliste a-t-il besoin de l'accord de l'utilisateur concernant ces nouvelles conditions d'utilisation des contributions ? Il est pour l'instant impossible de répondre à ces questions, mais nous croyons cependant avoir au moins réussi à établir les éléments essentiels qui décrivent la coproduction journalistique dans la presse en ligne. Voici, dans cette représentation du contrat médiatique selon le discours en interaction de la presse en ligne, une illustration de notre propos :

Le contrat de la communication médiatique dans la presse en ligne et ses discours en interaction



(Adapté de Charaudeau, 2003)

Conclusion générale

Un autre contrat pour un nouveau journalisme ?

Nous sommes parvenus à présenter les caractéristiques sémio-discursives de la presse en ligne en ayant déterminé ses conditionnements situationnels et discursifs. Pour cela, nous avons utilisé l'analyse du discours en interaction dans cadre de la communication médiatique. Dans cette conclusion générale, nous présentons donc les affirmations suivantes :

*1) L'analyse sémiolinguistique de la presse en ligne nous a permis de revisiter le contrat de la communication médiatique énoncé par Charaudeau (2003). Pour cela, nous avons tenté de déterminer les caractéristiques des comportements sémiotiques (le « comment on dit les choses ») en fonction des conditions psycho-sociales qui les déterminent selon les types de situation d'échange. Après avoir tenté d'expliquer en quoi consiste chacun de ces concepts à partir des objectifs définis, nous avons conclu que les textes présents dans la presse en ligne sont déterminés par des principes d'identité, de légitimité et de captation, principes sur lesquels journalistes et internautes interagissent à travers les discours produits. Ceci nous a conduits à décrire la *relation de réciprocité* qui s'établit dans le contrat. Nous pouvons désormais déterminer quelles sont les conditions nécessaires pour justifier les comportements sémiotiques possibles et quels sont les comportements sémiotiques concrets qui sont nécessaires pour satisfaire certaines conditions. Cela dépend évidemment de chaque moment*

discursif développé par la presse en ligne. Cependant, rappelons-nous que tout contrat de communication se définit par un *type de situation*, ce qui nous permet de comprendre quelles sont les constantes et les différences qui autorisent une classification des textes. Nous avons souhaité établir une *typologie des conditions de réalisation des textes*. Ainsi, nous avons cherché à connaître les différences de réalisation d'un contrat dans des contextes socio-culturels différents, même si ce dernier point de notre recherche pourra être approfondi dans d'autres travaux que nous souhaitons réaliser à l'avenir. Nous avons souhaité, bien que nos observations aient été limitées, esquisser au moins une définition du contrat journalistique à partir de deux types de contrastes : un contraste *interne*, où le corpus a été construit à partir d'un élément commun (les journaux électroniques), mais diversifié de par ses « marques » ou titres (*Le Monde*, *Der Spiegel*...) ; et un contraste externe, défini par une variable spatiale.

Afin d'atteindre cet objectif, nous avons suivi les lignes directrices principales de l'analyse sémiolinguistique du discours et nous avons examiné deux principales variables : d'un côté la caractérisation et la réciprocité dans le contrat de communication et, de l'autre, la typologie de condition de réalisation des textes. En ce sens, la définition de la communication médiatisée par ordinateur (CMO) a été examinée en tant que dispositif et conditionnement situationnel du problème.

Il nous a cependant paru évident qu'en publiant une information la presse en ligne cherche à encourager les débats (polémiques) entre lecteurs afin de fortifier les bases de sa logique économique en tant que machine productrice de sens. Le journalisme citoyen ou participatif est, pour l'instant, une stratégie publicitaire et commerciale qui séduit les lecteurs. La vague de changements qu'il entraîne fait que certes tout le monde peut aujourd'hui devenir journaliste mais sans jamais disposer des mêmes moyens techniques et dispositifs de

communication que les médias eux-mêmes, ni même, dans ce vaste et invisible auditoire des réseaux internet, atteindre la même portée. En ce sens, il est probable que les termes qualifiant la presse numérique (« en ligne », « temps réel ») contribuent également à séduire le public qui considère, à juste titre, que l'industrie journalistique reproduit la réalité presque avant qu'elle n'ait lieu. En ce qui concerne le contrat de la communication médiatique, nous avons jugé prudent d'ajouter l'idée d'un principe de concession offerte par le média, qui donne au lecteur la « possibilité » de s'exprimer dans son espace.

Le lecteur, de son côté, ne disposant pas des mêmes outils de construction du message que le journaliste web, sait que ses contributions au discours global de l'information sont filtrées par le modérateur, voire censurées. Les raisons pour lesquelles le média se réserve ce droit (de décider qui participe et qui ne participe pas) sont généralement connues, mais la plupart du temps elles sont simplement l'objet de conjectures. « Je pense que *El País* est un journal qui défend les intérêts de l'ultra-droite espagnole et américaine, il est clairement anti-chaviste. Publiera-t-il mon point de vue, ouvertement chaviste et pro-révolutionnaire ? ». Un lecteur ayant des affinités avec l'idéologie chaviste pourrait penser de cette manière. Son commentaire pourra être publié, comme il pourra ne pas l'être.

Il reste à définir l'internaute. Qui est-il ? L'utilisateur peut « être une personne ou une organisation qui utilise une application informatique ou télématique » (Joyanes, 1998: 315). Certains auteurs, partant d'une conception technique et culturelle de l'utilisateur, ont tenté d'expliquer ce qui se passe dans le cerveau d'un utilisateur lorsqu'il est devant son écran. « Une image sur écran est essentiellement médiatisée pour être lue, perçue et mémorisée par un public (percevoir, ce n'est pas seulement voir mais avant tout se souvenir, comparer, accepter ou rejeter le signal) ; la perception est la rencontre de la réalité extérieure et de la

connaissance qu'un être humain peut avoir à travers sa propre structure mentale » (Cartier, 1993a: 137). Nous pensons que nos travaux permettront désormais d'étudier l'émetteur de la presse en ligne depuis une perspective psycho-sociolinguistique, que nous avons rapidement évoquée en nous appuyant sur certains postulats de Chabrol (1988).

Cette situation nous amène à tenter de définir, d'un autre côté, l'émetteur de la presse en ligne. Il semble que ce dernier soit en train de subir les effets de profonds changements techniques et sociaux, même s'il jouit de certaines libertés conférées par un support permettant une plus grande créativité dans un espace pratiquement infini.

“La figure du journaliste assis derrière son écran s'est imposée. Il agrège, trie, commente et ‘nourrit la conversation’. Un événement survient et mille images surgissent sur le Web, une crise se cristallise et cent experts s'affrontent de blog en blog, une élection se profile et mille commentateurs, vérificateurs de discours, enregistreurs se portent volontaires. Durant sa semaine de travail, le journaliste d'écran ne voit souvent du monde extérieur que le chemin qu'il emprunte, matin et soir, pour se rendre à son bureau *open space*. Une inévitable déréalisation du monde s'opère par d'innombrables décalages” (Beccaria et Saint-Exupéry, 2013: 5).

Le journaliste de la presse en ligne a été mis à rude épreuve, beaucoup plus que ses prédécesseurs. Nous sommes à une époque où, comme nous l'avons dit, tout le monde peut-être journaliste.

« Les journaux de presse écrite sont en mesure de proposer aujourd'hui à leurs lecteurs des ‘éditions électroniques’ consultables ‘en ligne’ sur le réseau Internet. Cette innovation constitue, techniquement, un progrès » (Lochard et Boyer, 1998 : 20). Un progrès qui transcende les domaines de toute révolution technologique pour aller jusqu'à l'essence même des relations humaines. Mais de quelles relations parle-t-on ? « Internet est le média ultime,

partout présent, immatériel. Son audience, en voie d'élargissement rapide, atteint la dimension de la terre entière, mais les masses y sont émiettées. C'est le media sans masse, instantané, le réseau où chacun se déplace trop vite pour être le témoin, même furtif, de sa propre solitude » (Fogel et Patino, 2005 : 229).

Le caractère virtuel de la presse en ligne, considérée, elle-aussi, comme un média de masses, nous donne l'impression de pouvoir construire des communautés de penseurs-lecteurs-citoyens qui ont le droit d'expression mais qui sont masqués par leurs propres écrans. On imagine que c'est cette solitude à laquelle font référence Fogel et Patino. Cependant, ce qui est très important, à notre avis, c'est « le phénomène de la narrativité exprimée verbalement en tant qu'interprétée par un lecteur coopérant » ; ici aussi « on essaie (...) d'expliquer comment 'on comprend' un texte » (Eco, 1985), un texte produit par la technologie numérique, impossible à saisir, qui réveille des émotions ou sentiments, ou des avis et points de vue ; un texte qui forme une toile, un labyrinthe, même une œuvre d'art. Quelle dimension et quelle signification peuvent atteindre cette étude sémiolinguistique ? Voici l'un des aspects, le plus important, dont l'auteur a espéré rendre compte dans les pages précédentes.

2) Après avoir développé cette première partie, il nous a été possible de soutenir qu'une analyse sémiolinguistique de la presse en ligne peut nous mener à l'introduction des éléments pour une théorie de la coproduction journalistique. Nous avons pensé que ce processus peut être défini à partir de l'interaction discursive des textes produits par les instances médiatique et réceptrice dans le contrat qui surgit dans le contexte numérique de la communication. À cette fin, nous avons souhaité participer au débat sur le journalisme participatif, sous l'angle des modes d'organisation discursive et de la restructuration des

genres journalistiques appliqués aux diverses formes dont disposent actuellement les internautes pour rééquilibrer et rendre plus efficace le vaste univers discursif de la presse en ligne. Ainsi, nous avons mis en relation l'énonciation avec la nouvelle et l'information additionnelle pertinente apportée par l'utilisateur, la description et la narration avec la chronique, le reportage et les expériences personnelles des internautes, et l'argumentation avec l'article d'opinion et le commentaire présentant un jugement de valeur ou une critique. Avec cette base théorique, nous pensons que les journalistes et les utilisateurs participent d'un agir communicationnel commun dans lequel se déploie une recherche de sens (élément sémantique) et une construction de texte (élément syntaxique), aspects déterminés par une pragmatique de la ponctuation qui, selon nous, méritera d'être à nouveau examinée et approfondie dans de futurs travaux.

1. Sur les problématiques d'analyse

Comme nous l'avons dit auparavant, notre problématique d'analyse se définit par ses caractéristiques communicative et descriptive. Notre tâche a consisté à décrire la nature des échanges textuels de la presse en ligne à travers une série de dispositifs théorico-méthodologiques fondés sur la transdisciplinarité des sciences sociales. L'analyse sémiolinguistique des discours en interaction nous a permis de revoir le contrat de la communication médiatique et de proposer une configuration adaptée à l'identification (nouvelle) des sujets lecteurs et interlocuteurs. Ce faisant, nous avons esquissé à grands traits notre conception d'une théorie de la coproduction journalistique.

Cette tâche n'a pas été facile. Nous reconnaissons d'un côté, comme Vion (1999), que l'étude de l'interaction dans les sciences humaines doit impliquer un dialogue dans lequel des

domaines de la connaissance comme la linguistique et la psychologie puissent assumer pleinement leur spécificité en tant que disciplines. Notre étude a certes privilégié l'approche (sémio)linguistique. Cependant, comme nous l'avons dit auparavant, grâce à certains concepts introductifs que nous avons évoqués concernant l'approche psychosociale et linguistique de la réception (Chabrol, 1988), nous disposons d'un bon point de départ pour étudier le récepteur (et l'émetteur) de la presse en ligne, tout en étant guidés par une solide base théorique. Nous pensons en tout cas qu'effectivement,

« l'analyse des interlocutions verbales s'inscrit dans une problématique générale d'« analyse du discours ». Il est donc nécessaire, avant toute étude de ce type de situation langagière, de donner les bases du cadre théorique auquel on se réfère. Celui-ci se caractérise par une prise de position sur la définition du signe et la construction du sens, sur la communication (« le contrat ») et sur l'acte de discours » (Charaudeau, 1993 : 123).

C'est pourquoi Lochard et Boyer (1998: 11) affirment que pour qu'un acte communicatif puisse se réaliser, il doit s'inscrire dans une « situation particulière ». Selon nous, ce lieu est défini par les principes de la communication médiatisée par ordinateur. Les sujets, séparés et isolés physiquement par la technologie, sont réunis dans les forums de discussion pour s'exprimer et connaître les points de vue des autres. Les règles suivies par les émetteurs et les récepteurs sont, dans le cas du journaliste, la politique du média, et dans le cas du lecteur, sa simple envie personnelle de réagir devant un stimulus, en l'occurrence l'information.

La finalité informative du journaliste en ligne se joint à celle que nous avons définie comme celle de la séduction, de l'attirance. Cette affirmation nous permet alors de répondre aux questions que nous avons formulées lors de la présentation de nos hypothèses de départ.

Ainsi, nous affirmons que la presse en ligne, qui a pour finalité de fortifier sa logique économique de machine productrice de sens, encourage réellement les débats en publiant les avis des lecteurs. Un internaute se sentira tout naturellement attiré par une nouvelle qui a été lue ou commentée par plus de huit cents personnes. Comme l'avait déjà affirmé Touboul (2010), le journalisme dit « citoyen » ou « participatif » représente bien une stratégie publicitaire et commerciale.

En ce sens, l'idée vague et incertaine de « temps réel » peut être considérée comme un facteur de séduction pour le public (Leal Adghirni, 2002). Le lecteur, de son côté, comme l'avait constaté Rebillard (2010), ne dispose pas des mêmes outils que le journaliste web pour construire son message. Il dispose des réseaux sociaux, des blogs mis à disposition par le média, et de comptes qui permettent éventuellement d'inclure des photos dans son profil, à l'image de Facebook. Il ne peut cependant pas présenter une information dans les mêmes conditions graphiques et stylistiques qu'un professionnel de l'information. Ainsi, le fossé qui sépare les experts des amateurs (dans le meilleur des cas) est profond dans l'univers de la presse en ligne.

Sur la question de savoir qui décide des commentaires qui peuvent être publiés et en fonction de quels arguments, nous ne pouvons apporter de réponse sans qu'elle ne soit basée sur quelque spéculation. Un journaliste web, qui occupe la fonction de modérateur d'un forum, peut décider que certains commentaires sont offensants pour le média ou pour d'autres lecteurs ou encore qu'ils relèvent de critères contraires à l'idée de discussion, à savoir l'expression de ses idées dans le respect de l'autre. Nous n'avons pas cherché dans notre travail à connaître précisément les raisons qui font que l'instance médiatique préfère publier un commentaire plutôt qu'un autre, même s'il eut été bon d'établir une méthode de recherche

qui aurait pu nous y conduire. Cependant telle n'était pas notre intention comme nous l'avons vu en présentant nos hypothèses de départ. Nous pouvons simplement dire que l'émetteur du contrat dispose de ressources suffisantes et d'arguments propres pour donner la forme qu'il souhaite au forum de discussion de la presse en ligne. En ce sens, il nous paraît évident que notre concept de coproduction journalistique n'est, pour l'instant, qu'un idéal.

Cependant, cette observation nous permet de tenter de décrire le journaliste de la presse en ligne. Beccaria et Saint-Exupéry (2013) décrivent un sujet dont le travail ressemble davantage à celui d'un employé de bureau qu'à celui d'un reporter « à l'ancienne », chasseur de nouvelles et de scandales. Le travail journalistique fait désormais partie du monde hyper-connecté des réseaux sociaux. Un journaliste doit aujourd'hui présenter un travail plus rigoureux et démontrer qu'il est un professionnel de l'information, non pas tant par la vivacité de son « flair journalistique » que par sa capacité à intégrer les événements du monde à interpréter dans un tout dont son instance réceptrice fait partie intégrante, puisqu'elle interprète autant que lui. Le manque d'espace n'est plus, comme avec le papier, un problème ou une préoccupation étant donné que les caractéristiques discursives de la presse en ligne permettent de poser d'autres conditions pour la mise en page du texte (Tarazona, 2011).

En ce qui concerne les caractéristiques du récepteur, nous avons tenté, à travers une analyse sémantique rapide des pseudonymes utilisés par les lecteurs d'*El País*, de déterminer leur identité comme sujet participant au discours. Les noms qu'ils utilisent pour se présenter et préserver leur anonymat nous donnent au moins quelques indications sur leurs idées générales au regard d'un thème bien précis. Un lecteur se présentant avec le pseudonyme de *capriles_venezuela* sera assurément un porte-voix des intérêts et des idées de l'opposition vénézuélienne anti-chaviste. Même si nous aurions aimé pouvoir établir une typologie du

récepteur selon son « capital » culturel et intellectuel (déterminé par son âge, son sexe, son niveau d'instruction, éléments dont à aucun moment nous n'avons disposé) (Meyen et al, 2010), au moins pouvions-nous déjà nous appuyer sur Rebillard (2007b) qui avait établi que dans la presse en ligne le lecteur-collaborateur s'apparente, intellectuellement parlant, au journaliste. Le participant d'un forum de la presse en ligne peut être un lecteur de journal traditionnel qui s'est tourné vers la presse en ligne pour pouvoir participer au processus de l'information. Ce participant est difficile à identifier, même si nous disposons des avis qu'il émet qui constituent un ensemble d'opinions relevant de telle ou telle couleur politique. Il s'agit pour terminer d'un sujet qui sait assurément qu'aujourd'hui tout le monde peut être un communicant et qui profite de ces espaces aux vastes possibilités d'expression.

1.1. Sur l'analyse du discours

Nous avons tenté, en décrivant la construction psycho-socio-linguistique du sens (Charaudeau, 1995), de préciser les caractéristiques d'un sujet (instances médiatique et réceptrice) qui agit et participe d'une action à travers laquelle s'exerce une influence mutuelle permanente. Dans cette dimension sociale, sémiotique et cognitive (Charaudeau, 1995), les acteurs du contrat, que nous avons tenté d'actualiser dans le contexte de la presse en ligne, suivent les mêmes principes de régulation, de pertinence, d'influence et d'interaction. Il semble que la théorie essentielle du contrat de la communication médiatique soit, de ce point de vue, une fois de plus validée. Cependant, le processus de transformation du sens, et de son ultérieure transaction, constituent une tâche collective que nous avons choisi ici de subsumer sous le concept de coproduction journalistique.

Parmi toutes nos interrogations de départ, nous nous étions demandé s'il était possible d'insérer dans notre réflexion une approche pragmatique du langage reposant sur les actes de

parole et plus précisément sur la sémantique du discours (Charaudeau, 2005). Ce choix, qui comportait quelques risques de méthode, nous a permis cependant de nous approcher d'une possible explication des choix linguistiques des sujets du contrat dans la mise en scène du discours. Pour cette raison, dans notre théorie de la coproduction journalistique, nous avons souhaité mettre l'accent sur le choix des verbes en tant que moteurs de l'action dans la configuration linguistico-discursive du texte informatif.

Les inférences contextuelles, situationnelles et inter-discursives de notre étude peuvent être mises en relation avec les caractéristiques et les conditions de production du corpus choisi. Ainsi, en développant le concept de coproduction, nous avons établi que les structures linguistiques choisies par l'émetteur fonctionnent comme des connecteurs qui se transforment en actes de parole dans le discours du récepteur, qui peut réagir à une information de différentes manières : en répondant au journaliste, en publiant son opinion ou en interagissant avec d'autres participants du forum.

Rappelons-nous à nouveau cette affirmation de Charaudeau (2009b): « Une chose est l'intention de sens que peut avoir un locuteur en produisant un discours, autre chose les sens possibles que peut véhiculer le discours produit, autre chose encore les effets que construit ou reconstruit le récepteur. » Ainsi, nous avons souhaité examiner la construction du sens dans les trois lieux de machine médiatique (production, produit et réception) à partir de l'approche linguistique décrite.

1.2. Sur une méthode d'étude de la presse en ligne

Dans notre double problématisation de l'objet d'étude, consistant en la communication médiatique et l'analyse sémiolinguistique du discours comme stratégies d'explication du

fonctionnement du contrat et de la construction du sens dans la presse en ligne, nous avons abouti à une méthode d'étude particulière inspirée évidemment des travaux d'autres auteurs en rapport avec notre sujet d'étude et du cadre transdisciplinaire dans lequel nous avons tenté de le situer.

L'un des éléments méthodologiques les plus importants a été l'élaboration du corpus. Dans notre cas la construction du corpus n'a pas suivi un « processus linéaire » mais dépend plutôt, selon les travaux de Bolet (2006: 317), du « processus de résolution théorico-méthodologique » de l'étude. D'un autre côté, et en suivant Bolívar (2007a: 34-35), nous avons tenté, en tant qu'analystes du discours, d'envisager ce problème de recherche en nous posant au moins une ou deux questions essentielles, en étudiant une théorie à la fois et en la mettant à l'épreuve ainsi qu'en appliquant diverses méthodes. Cette tâche, lors de laquelle nous tentions de nous rappeler que « l'analyste du discours travaille avec des textes en contexte », nous a permis de proposer des méthodes et de construire de nouvelles théories, à partir de ressources de travail très modestes.

Selon cette perspective, nous avons identifié comme objet d'étude le texte journalistique en interaction avec les textes produits dans le cadre du « journalisme citoyen ». Armañanzas (2000) rappelle que la « presse en ligne offre les espaces classiques de l'argumentation ». Ainsi, selon l'auteure, « alors que dans l'édition imprimée l'intervention du public est une exception, dans l'édition électronique ce dernier n'a pas d'excuse pour ne pas participer et donner son avis dans ces espaces puisque, dans presque tous, lui sont offerts des liens pour qu'il envoie ses propres textes s'il le désire ».

Cette observation de Croissant et Touboul (2010: 15-16) nous semble également utile :

« Les médias, par définition, sont des espaces de production d'énoncés qui proposent une mise en ordre, une mise en scène régulière du monde à partir de formats, de cadres, de langages instituants. Ils se donnent pour mission de produire une intelligibilité du réel, de le rendre lisible, audible, visible, éclairant ainsi le citoyen. Se pose alors la question de la présence de ces contributions ordinaires, singulières, prolifiques, hétérogènes, jusque-là tenues à distance et qui tendent à devenir un élément essentiel de l'information médiatique ».

Journalistes et lecteurs. Deux parties, un tout. L'information écrite « à quatre mains », quoiqu'encore utopique et lointaine, semble néanmoins envisageable au regard des promesses portées par ce monde hyper-connecté où les frontières, dans le champ des communications humaines, sont effacées.

Epilogue

L'impossible transparence

En juillet 2005, je travaillais pour *Panorama*, un journal de province vénézuélien. On fêtait alors les soixante ans de la fin de la seconde guerre mondiale et de l'Holocauste perpétré par les nazis. Comme il existe au Venezuela une importante communauté juive, au sein de laquelle on trouve plusieurs survivants des camps de concentration, le directeur du journal m'a envoyé en reportage, qui devait se faire sous la forme de plusieurs papiers, pour rencontrer quelques-uns d'entre eux afin qu'ils me racontent leur histoire. Afin de mener à bien ce travail, j'ai passé plusieurs jours à Caracas pour interviewer une femme d'origine hollandaise qui avait survécu à Auschwitz, ainsi qu'un homme qui avait passé une partie de son enfance dans le ghetto de Lodz en Pologne. Si je raconte cela, c'est qu'il m'est arrivé deux choses intéressantes en tant que journaliste et auteur de ces informations.

La première concerne la « visée de captation » du contrat médiatique. Selon les exigences du directeur du journal, il fallait en effet raconter ces histoires avec la précision photographique d'un maître du cinéma néo-réaliste italien afin de séduire le public pour qu'il achète le journal (on ne dit jamais les choses ainsi évidemment dans la rédaction d'un journal). Ainsi, si la femme hollandaise m'a bien raconté qu'un jour des officiers SS sont venus la chercher chez elle ainsi que sa famille, j'ai ajouté au récit d'autres détails pour

apporter de la « couleur » : le bruit des bottes des SS montant les escaliers et la panique qui se lisait sur les visages muets des persécutés lorsque les nazis frappèrent à leur porte. Tout cela n'avait pas été rapporté lors de l'interview mais nous avions, en tant que journalistes, une sorte de droit de recréer la réalité, ou mieux, de reconstruire l'événement. Des années plus tard, alors que j'étais déjà à Paris pour préparer ma thèse, j'ai pris conscience que cela avait fait partie de ces petites pièces utiles qui permettent de faire fonctionner la machine médiatique, cette industrie implacable et prête à tout pour vendre du spectacle et de la misère humaine à travers des histoires qui sont lues puis aussitôt oubliées et jetées à la poubelle.

La seconde expérience concerne ces prétentions à parer de touches « cinématographiques » et « littéraires » notre récit. La femme qui avait survécu à Auschwitz n'arrivait pas à se souvenir exactement du calibre et du type d'armes que portaient les nazis le jour où ils sont venus la chercher chez elle pour l'emmener dans un camp de concentration. Comme j'étais alors plus jeune, mais également plus sot, j'eus la « brillante » idée d'écrire que les officiers allemands portaient des Colt (je ne souviens plus du calibre que j'ai évoqué dans mon article, mais aujourd'hui cela n'a plus tant d'importance). À l'époque, la version en ligne de *Panorama* était beaucoup moins développée qu'aujourd'hui et l'interaction entre les journalistes et les utilisateurs étaient inexistantes. Pourtant, un lecteur m'a envoyé une lettre pour me dire que ce que j'avais écrit était parfaitement impossible étant donné que les Colt sont des armes américaines et que, comme j'aurais dû le savoir, il était beaucoup plus probable qu'un officier nazi des années quarante porte un Luger. Quelle bêtise en effet. J'ai regretté mon erreur jusqu'à la fin de la publication du reportage, qui était divisé en trois séries. Bien que j'aie obtenu la reconnaissance de mes pairs et les félicitations du directeur du journal, je commençais dès cet épisode à comprendre combien une réaction écrite sous forme de commentaire d'un lecteur peut être à la fois précieuse et dévastatrice pour un journaliste.

Cette anecdote fait partie des nombreuses raisons qui m'ont poussé à aller jusqu'au bout de ce travail. Avant de devenir doctorant en communication, j'étais journaliste. Et en tant que tel, j'ai vécu avec l'assurance que l'Histoire (avec un grand H) se déroulait tous les jours devant mes yeux et que j'avais cette chance exceptionnelle d'être un témoin et un chroniqueur privilégié du présent, ce temps qui s'évanouit au moment même où on le mentionne ou on l'évoque. Cependant cette chance, ce droit ou cet honneur dont certains journalistes se targuent avec arrogance, n'est plus leur apanage exclusif. Chaque jour qui passe, les lecteurs interviennent davantage dans la construction de l'événement médiatique. Les utilisateurs disposent de Smartphones, prennent des photos d'un accident ou d'une catastrophe et concurrencent les chaînes d'actualité mondiales en étant les premiers à apporter une information ou un *scoop*. Des millions d'hommes et de femmes utilisent des tablettes et des ordinateurs portables, envoient des messages sur Twitter et publient des contenus sur des blogs et des vidéos sur YouTube. Une brèche socioéconomique s'est ouverte avec cette arrivée de millions de lecteurs-communicants, et encore tout le monde n'a pas accès à internet dans le monde. Je suis cependant de ceux qui pensent que toujours plus d'utilisateurs connectés deviennent à leur façon des journalistes, des informateurs et des observateurs d'une réalité qui est vue et reconstruite à chaque seconde. C'est finalement à eux, à tous ces visages anonymes composant cette nouvelle masse de médias, que je dédie également ce travail, qui m'a conduit à la plus incroyable des découvertes : nous, les journalistes, ne sommes pas seuls.

Même s'il est possible que Charaudeau (2011) ait raison lorsqu'il affirme que le discours des médias ne peut jamais être transparent, il est certain qu'au dehors, les yeux de millions d'hommes sont braqués sur la machine médiatique. Nous pouvons penser que nous

sommes là comme à la veille de la prise de la Bastille, ou de l'arrivée de quelque tempête ou cataclysme.

La révolution médiatique ne fait que commencer.

Paris, juillet 2013

Références bibliographiques

ABUÍN VENCES Natalia. *La publicidad en periódicos electrónicos: creación y evaluación de un modelo de eficacia*, 717 p. Thèse: Universidad Complutense de Madrid: 2007.

ADAM Jean-Michel. *La linguistique textuelle. Introduction à l'analyse textuelle des discours*. Paris : Armand Colin, 2008. 239 p.

ALBORNOZ Luis Alfonso. *Los diarios on line de información general. El caso de los grandes periódicos en español*, 542 p. Thèse: Universidad Complutense de Madrid: 2005.

ANIS Jacques. La dynamique discursive d'une liste de diffusion. *Les carnets du Cediscor N° 8*. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle, 2004, p. 39-56.

ARMAÑANZAS Emy. Opinión en el periodismo electrónico: El País, El Mundo y ABC. *Estudios sobre el mensaje periodístico Vol. 6*. Madrid: Universidad Complutense, 2000, p. 289-306.

ARMAÑANZAS Emy, DIAZ NOCI Javier et MESO Koldo. *El periodismo electrónico*. Barcelona : Ariel, 1996. 249 p.

ASSOUN Paul-Laurent. *L'École de Francfort*. Paris : PUF, 2001. 128 p.

ATIFI Hassan et MARCOCCIA Michel. Communication médiatisée par ordinateur et variation culturelle : analyse contrastive de forums de discussion français et marocain. *Les carnets du Cediscor N° 9*. Paris : Presses Sorbonne Nouvelle, 2006, p. 59-73.

AUSTIN J. L. *Quand dire, c'est faire. How to Do Things with Words* (1962). Paris: Seuil, 1970. 184 p.

BARTHES Roland. *Éléments de sémiologie* (à la suite de *Degré zéro de l'écriture*). Denoël/Gonthier, coll. « Médiations » : Paris, 1965.

BECCARIA Laurent y SAINT-EXUPERY Patrick. Manifeste XXI : Un autre journalisme est possible. *XXI N° 21*. Paris : Rollin publications, 2013. 20 p.

BELLO Andrés. *Gramática de la lengua castellana*. Madrid: Edaf D.L., 1997 (1847). 379 p.

BENCHMARK Group. *La presse sur Internet en France*. Suresnes, 2001, 94 p.

BENVENISTE Émile. *Problèmes de linguistique générale, 2*. Paris : Gallimard, 1974. 286 p.

- BÉRA Michel et MECHOULAN Éric. *La machine internet*. Paris : Paris : Odile Jacob, 1999. 318 p.
- BERTHO LAVENIR Catherine. *La démocratie et les médias au 20^e siècle*. Paris : Armand Colin, 2000. 288 p.
- BITONTE María Elena et DEMIRDJIAN Liliana. ¿Promesa o contrato de lectura? Dos modelos para el análisis de los medios. *Comunicación y Sociedad* N° 40, Universidad de Guadalajara, 2001, p. 105-132.
- BOLET Francisco. Sobre el problema de construir un corpus para la investigación en análisis del discurso. *Estudios del discurso en Venezuela. Teoría y método* / ed. par Lourdes MOLERO, Antonio FRANCO et Lenita VIEIRA. Caracas: Fonacit, 2006, p. 309-318.
- BOLÍVAR Adriana. Los primeros problemas del analista: ¿Qué teorías? ¿Qué métodos? ¿Por dónde empezar? *Análisis del discurso. ¿Por qué y para qué?* / ed. par Adriana BOLÍVAR. Caracas: El Nacional-UCV, 2007a, p. 21-38.
- BOLÍVAR Adriana. El análisis interaccional del discurso: del texto a la dinámica social. *Análisis del discurso. ¿Por qué y para qué?* / ed. par Adriana BOLÍVAR. Caracas: El Nacional-UCV, 2007b, p. 247-277.
- BJØRNER Sussane. *Newspapers on line*. Massachusetts: Needham Heights, 1995. 526 p.
- BOCZKOWSKI Pablo J. *Digitizing the news*, Cambridge: MIT Press., 2004. 243 p.
- BOUGNOUX Daniel. *Introduction aux sciences de la communication*. Paris : La Découverte, 2001. 126 p.
- BOUQUILLION Philippe et MATTHEWS Jacob T. *Le web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 2010. 150 p.
- BOURLIATAUX Stéphane. Marketing et Internet : le cas de la e-publicité. *Revue française de gestion* Vol. 20, N° 129. Paris : Hermes, 2000, p. 101-107.
- BRETON Philippe et PROULX Serge. *L'explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication*. Paris : La Découverte, 2002. 384 p.
- CABEZA Julián. Los esquemas analíticos, los temas, los sentidos discursivos: niveles de interpretación. *Opción*, N° 26. Maracaibo: Universidad del Zulia, 1998, p. 33-48.
- CABEZA Julián. *Etude du langage des textes publicitaires en espagnol*. Mémoire : Université Paris IV, 1977.

CABRERA María Ángeles Cabrera. La interactividad de las audiencias en entornos de convergencia digital. *Revista Icono 14, Vol. 8, N° 1*. Madrid, 2010, p. 164-177.

CABRIOLÉ Stéphane. Les journalistes du *Parisien.fr* et le dispositif technique de production de l'information. *Réseaux 160-161*. Paris : La Découverte, 2010, p. 79-100.

CALSAMIGLIA Helena et TUSÓN Amparo. *Las cosas del decir*. Barcelona: Ariel, 1999. 386 p.

CANU Roland et DATCHARY Caroline. Journalistes et lecteurs-contributeurs sur Mediapart. Des rôles négociés. *Réseaux 160-161*. Paris : La Découverte, 2010, p. 195-223.

CARTIER Michel. El usuario: visión, percepción y memorización. *Una nueva manera de comunicar el conocimiento* / ed. par José SILVIO. Caracas: Unesco, 1993a.

CARTIER Michel. El interfaz usuario-sistema: una metodología para su diseño y desarrollo. *Una nueva manera de comunicar el conocimiento* / ed. par José SILVIO. Caracas: Unesco, 1993b.

CASSANY Daniel. *La cocina de la escritura*. Barcelona: Anagrama, 2000. 255 p.

CAVELIER-CROISSANT Valérie. Mais, pour qui écrivent les journalistes en ligne ? *La presse en ligne. Médiamorphoses N° 4*. Bry-sur-Marne : INA, 2002, p. 51-56.

CELY Adriana. *La innovación tecnológica en las publicaciones electrónicas diarias de Venezuela*. Thèse: Universidad de Zulia: 1999.

CHABROL Claude. Le lecteur : fantôme ou réalité ? Étude des processus de réception. *La presse. Produit, production, réception*. Collection « Langage, discours et sociétés N° 4 ». Paris : Didier Erudition, 1988, p. 161-184.

CHARON Jean Marie et LE FLOCH Patrick. *La presse en ligne*. Paris : La Découverte, 2011. 128 p.

CHANTEPIE Philippe et LE DIBERDER Alain. *Révolution numérique et industries culturelles*. Paris : La Découverte, 2005. 122 p.

CHARAUDEAU Patrick. *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. Bruxelles, Paris : De Boeck, INA, 2011. 255 p.

CHARAUDEAU Patrick. Pour une interdisciplinarité « focalisée » dans les sciences humaines et sociales. *Questions de communication N° 17*. Centre de recherche sur les médiations, Université de Lorraine / Université de Haute-Alsace, 2010, p. 195-222.

CHARAUDEAU Patrick. Dis-moi quel est ton corpus, je te dirai quelle est ta problématique. *Corpus* N° 8. Paris, 2009a, p. 37-66.

CHARAUDEAU Patrick. Il n'y a pas de société sans discours propagandiste. *Communication de l'Etat et gouvernement social* / dir. par Caroline OLLIVIER-YANIV et Michael RINN. Grenoble : Presses Universitaires, 2009b.

CHARAUDEAU Patrick. Sémantique de la langue, sémantique du discours, in *Actes du colloque en hommage à Bernard Pottier*. Paris, 2005. [En ligne]. Consulté le 8 novembre 2010. URL: <http://www.patrick-charauveau.com/semantique-de-la-langue-semantique.html>

CHARAUDEAU Patrick. *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa, 2003. 317 p.

CHARAUDEAU Patrick. Une analyse sémiolinguistique du discours. *Revue Langages* N° 117. Paris : Larousse, 1995, p. 96-111.

CHARAUDEAU Patrick. A propos des débats médiatiques : l'analyse de discours des situations d'interlocution. *Psychologie Française* 38-2. Paris : Dunod, 1993, p. 111-123.

CHARAUDEAU Patrick. *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris : Hachette, 1992. 928 p.

CHARAUDEAU Patrick. *La presse écrite*, Coll. Langages, Discours et Sociétés. Paris : Didier Erudition, 1988. 188 p.

CHARAUDEAU Patrick. *Langage et discours*. Paris : Hachette, 1983. 175 p.

CHARAUDEAU Patrick et MAINGUENEAU Dominique. *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Seuil, 2002. 661 p.

CHARON Jean Marie et LE FLOCH Patrick. *La presse en ligne*. Paris : La Découverte, 2011. 128 p.

CHARTIER Lise. *Mesurer l'insaisissable : méthode d'analyse du discours de presse*. Québec : Presses de l'Université du Québec. 263 p.

CHATELAIN Y. et ROCHE L. *Cyber gagnant : technologie, cyberspace et développement personnel*. Paris : Maxima, 226 p.

CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL. *Les effets des nouvelles technologies sur l'industrie de la presse (présenté par Jean MIOT)*. Paris : Direction des journaux officiels, 1999. 117 p.

CONTALDO Alfonso et DI FABIO Paolo. *Giornalismo on-line*. Roma: Centro di Documentazioni di Giornalistica, 2001. 191 p.

CROISSANT Valérie et TOUBOUL Annelise. *Journalistes et citoyens : qui parle ? Communication et Langages N° 165*. Paris : NecPlus, 2010. 124 p.

DACOS Marin et MOUNIER Pierre. *L'édition électronique*. Paris : La Découverte, 2010. 126 p.

DAMIAN B., RINGOOT R., RUELLAN D. et al. *Inform@tion.local*. Paris : L'Harmattan, 2002. 308 p.

DEGAND Amandine. Yannick Estienne. *Le journalisme après Internet. Questions de communication N° 15*, 2009, p. 443-445.

DENOUEL-GRANJON Julie. *Les interactions médiatisées en messagerie instantanée*, 276 p. Thèse : Montpellier III : 2008.

DESRICHARD Yves. Des autoroutes de l'information à la « démocratie électronique ». *Bulletin des bibliothèques de France* [en ligne], n° 6, 1998 [consulté le 30 mars 2014]. Disponible sur le Web : <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1998-06-0119-002>>. ISSN 1292-8399.

DESRICHARD Yves. Cristina Marino. De la presse écrite à la presse électronique. *Bulletin des bibliothèques de France* [en ligne], n° 2, 1997 [consulté le 20 janvier 2013]. Disponible sur le Web : <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1997-02-0103-010>>. ISSN 1292-8399.

DAGIRAL Eric et PARASIE Sylvain. Presse en ligne : où en est la recherche ? *Réseaux 160-161*. Paris : La Découverte, 2010, p. 13-42.

DÍAZ NOCI Javier. Tendencias del periodismo electrónico. Una aproximación a la investigación sobre medios de comunicación en Internet. *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, N° 2. Bilbao: Universidad del País Vasco, 1997, p. 33-54.

DÍAZ NOCI Javier et MESO Koldo. Desarrollo del periodismo electrónico. *El profesional de la información*, Vol. 7, N° 12, 1998. [En ligne]. Consulté le 19 janvier 2012. URL: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com>.

DÍAZ NOCI Javier et SALAVERRÍA Ramón. *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona : Ariel, 2003, 598 p.

EAGLY Alice et CHAIKEN Shelly. Cognitive theories of persuasion. *Advances in experimental social psychology*, 17, 1984, p. 268-359.

ECO Umberto. *Lector in fabula ou la coopération interprétative dans les textes narratifs*. Paris : Grasset & Fasquelle, 1985. 315 p.

ELDERKIN Kenton. *The future of the newspaper industry*. Mansfield: Elderkin Associates, 1996. 298 p.

EL NACIONAL. *Manual de estilo*. Caracas, El Nacional, 1998.

EL PAIS. *Libro de estilo*. Madrid: Ediciones El País, 2003. 661 p.

EL TIEMPO. *Manual de redacción*. Bogotá: El Tiempo, 1995.

ESQUIROU Martine *et al.* *Comment sauver la presse quotidienne d'information*. Paris : Institut Montaigne, 2006. 109 p.

ESTIENNE Yannick. *Le journalisme après Internet*. Paris : L'Harmattan, 2007. 313 p.

FERENCZI Thomas. *Le journalisme*. Paris : PUF, 2005. 127 p.

FERENCZI Thomas. *L'invention du journalisme en France. Naissance de la presse moderne à la fin du XIXe siècle*. Paris : Payot et Rivages, 1993. 275 p.

FERRER María A., PRIETO Carmen M. et SANCHEZ José I. ¿Una sociedad de la información en igualdad de condiciones? Evaluación al grado de inclusión social-digital que ofrecen las TIC desde la perspectiva de la usabilidad y la accesibilidad. *Quórum Académico Vol. 8, N° 16*. Maracaibo: Universidad del Zulia, 2011, p. 247-267.

FIGUERAS Carolina. La semántica procedimental de la puntuación. *Especulo N° 12*. Universidad Complutense de Madrid, 1999. [En ligne]. Consulté le 25 septembre 2008. URL:
<http://www.ucm.es/info/especulo/numero12/puntuac.html>

FINOL José Enrique. Lenguaje y discurso de los partidos políticos venezolanos. *Opción N° 2*. Maracaibo: Universidad del Zulia, 1984, p. 18-30.

FLICHY Patrice. *L'imaginaire de l'Internet*. Paris : La Découverte, 2001. 273 p.

FOGEL Jean-François et PATINO Bruno. *Une presse sans Gutenberg*. Paris : Grasset, 2005. 245 p.

FOUCAULT Michel. *L'ordre du discours*. Paris : Gallimard, 1971. 82 p.

FOUCAULT Michel. *Les mots et les choses*. Paris : Gallimard, 1966. 400 p.

FRANCO Antonio. *Gramática comunicativa*. Maracaibo: Universidad del Zulia, 2007. 287 p.

FRANCO Antonio. El concepto habermasiano de la acción comunicativa en el modelo lingüístico comunicacional. *Utopía y Praxis Latinoamericana* N° 27. Maracaibo: Universidad del Zulia, 2004, p. 33-48.

GAILLARD Philippe. *Techniques du journalisme*. Paris : Presses Universitaires de France, 1971. 128 p.

GHIGLIONE Rodolphe. *L'homme communiquant*. Paris : Armand Colin, 1986. 272 p.

GILES Robert et SNYDER Robert (edit.). *What's the next?* New Brunswick; London: Transaction publishers, 2001, 163 p.

GILLMOR Dan. *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol: O'Reilly, 2006. 301 p.

GREIMAS Algirdas Julien. *Sémantique structurale*. Paris : Larousse, 1966. 263 p.

GREIMAS Algirdas Julien. *Du sens II*. Paris: Seuil, 1987. 245 p.

GREIMAS Algirdas Julien et COURTÈS Joseph. *Sémiotique : dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Paris : Hachette, 1993. 454 p.

GUÉRIN Serge. *La cyberpresse*. Paris : Hermès, 1996. 156 p.

GUNTER Barrie. *News and the net*. Londres: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2003. 218 p.

HABERMAS Jürgen. 'L'espace public', 30 ans après. *Quaderni* N° 18, Paris, 1992, p. 161-191.

HABERMAS Jürgen. *Teoría de la acción comunicativa, I*. México DF: Taurus, 1989. 517 p.

HAGÈGE, Claude. *La grammaire générative. Réflexions critiques*. Paris : PUF, 1976. 244 p.

HENKEL Christiane. *Das Internet als Herausforderung für Verlage*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, 2000, 265 p.

HERRING Susan. Foreward. *Culture, Technology, Communication*. / éd. par ESS Ch. et SUDWEEKS F. New York: State University, 2001, p. vii-xii.

HERRING Susan. Gender Differences in Computer-Mediated Communication. Program in Linguistics. Texas: University of Texas, 1994. [En ligne]. Consulté le 8 novembre 2010. URL: <http://homepages.rpi.edu/~eglash/eglash.dir/itsc.dir/gencmc.htm>

HERBERT John. *Journalism in the digital age*. Oxford, Auckland: Focal press, 2000. 349 p.

HJELMSLEV Louis. *Le langage*. Paris : Les éditions de minuit, 1966. 195 p.

HUNTER Mark. *Le journalisme d'investigation*. Paris : PUF, 1997. 127 p.

HURTADO Iván et TORO Josefina. *Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio*. Caracas: El Nacional. Universidad de Carabobo, 2007. 168 p.

IHLSTRÖM Carina. *The evolution of a new(s) genre*, 164 p. Thèse : Göteborg University : 2004.

IMBERT Gérard. *Le discours du journal à propos de El País*. Paris : Editions du Centre National de la Recherche Scientifique, 1988. 192 p.

JOST François. La promesse des genres. *Réseaux Vol 15, N° 81*, Paris, 1997, p. 11-31.

JOYANES Luis. La galaxia internet: la última utopía. Condicionantes y apuestas. *Documentación social N° 108. Informática, información y comunicación*. Madrid: Caritas, 1997, p. 71-102.

KAIMAKI Valia. *Presse et internet en interaction*, 110 p. Thèse : Paris 7 : 1996.

KERBRAT-ORECCHIONI Catherine. La notion d'interaction en linguistique : origines, apports, bilan. *Langue Française N° 117*. Paris : Armand Colin, 1998, p. 51-67.

KERBRAT-ORECCHIONI Catherine. *Les interactions verbales. Tome I*. Paris : Armand Colin, 1990. 318 p.

KOVACH Bill et ROSENSTIEL Tom. *Los elementos del periodismo*. Bogotá: Ediciones El País, 2004. 284 p.

LAMOULINE Christian et POULLET Ives. *Des autoroutes de l'information à la « démocratie électronique »*. Bruxelles : Bruylant, 1997. 141 p.

LARRONDO URETA Ainara. *Los géneros en la redacción ciberperiodística*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2008, 262 p.

LASSICA J. D. What is Participatory Journalism? *Online Journalism Review*, 2003. [En ligne] Consulté le 14 juin 2011. URL: <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>

LATELLA Graciela. Semiótica greimasiana y teoría de la comunicación. *Archivum: Revista de la Facultad de Filología*, Tomo 31-32. Universidad de Oviedo, 1981-1982, p. 451-562.

LAUBIER Charles de. *La presse sur Internet*. Paris : PUF, 2000. 127 p.

LAZAR Judith. Sociologie des médias, les grands débats. *Sciences Humaines, Hors Série N° 16*, Paris, 1997.

LEAL ADGHIRNI Zelia. La presse en ligne au Brésil : temps réel et réalité. *La presse en ligne. Médiamorphoses N° 4*. Bry-sur-Marne : INA, 2002, p. 75-81.

LENDREVIE Jacques. Internet est-il doué pour la publicité ? *Revue française du marketing*, N° 177/178. Paris : Adetem, 2000.

LEÓN Florelba. *Manual de términos lingüístico-comunicativos*. Maracaibo: Universidad del Zulia, 2010. 117 p.

LESAVRE Laurent. *Théories de la communication et nouvelles technologies de l'information et de la communication*, 2001. [En ligne] Consulté le 12 novembre 2011. URL : http://hal.grenoble-em.com/docs/00/45/46/82/PDF/WPS_2001-n_3.pdf

LINGE Idriss. Un livre sur la presse en ligne au Cameroun, *Journal de Cameroun*, 2010. [En ligne] Consulté le 30 mars 2014. URL : <http://www.journalducameroun.com/article.php?aid=5712>

LOCHARD Guy. L'appel aux amateurs dans la 'TV2.0'. Des discours de représentations au discours attestés. *Journées d'étude « Positions critiques et technologies artistiques »*, 13-14 novembre. Paris, 2008.

LOCHARD Guy. Comment analyser le *dispositif* d'une émission de télévision ? *Repères méthodologiques*. Paris : Université Paris III-Sorbonne Nouvelle, 2000. 43 p.

LOCHARD Guy. Genres rédactionnels et appréhension de l'événement médiatique. *Réseaux N° 76*. Paris : CENT, 1996, p. 83-100.

LOCHARD Guy et BOYER Henri. *La communication médiatique*. Paris : Seuil, 1998. 96 p.

LOCHARD Guy et SOULAGES Jean-Claude. Une interdisciplinarité autonome est-elle possible ? Interrogations sur la réception des discours médiatiques. *Questions de communication N° 5*, 2004, p. 19-30.

LOCHARD Guy et SOULAGES Jean-Claude. *La communication télévisuelle*. Paris : Armand Colin, 1998. 239 p.

LÓPEZ DÍAZ Ricardo. *El periodismo de autor en El País Semanal*, 54 p. Mémoire: Universidad de La Coruña: 2003.

LÓPEZ DÍAZ Ricardo. *Análisis de las relaciones comunicacionales de los periódicos digitales con sus usuarios*, 62 p. Mémoire: Universidad del Zulia: 2000.

LOSSADA Merlyn. *La interacción en el mundo del periodismo virtual*. Maracaibo: Universidad del Zulia, 1997.

LOZANO José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México D.F.: Alhambra, 1992.

MAINGUENEAU Dominique. *Les termes clés de l'analyse du discours*. Paris : Seuil, 1996. 93 p.

MARCOCCIA Michel. La communication écrite médiatisée par ordinateur : faire du face à face avec de l'écrit. *Journée d'étude de l'ATALA « Le traitement automatique des nouvelles formes de communication écrite (e-mails, forums, chats, SMS, etc.) »*. Université de Provence, 2004a.

MARCOCCIA Michel. Synthèse du colloque : *La communication électronique : Approches linguistiques et anthropologiques*. Paris : Maison des Sciences de l'Homme, 2004b.

MARINO, Cristina. *De la presse écrite à la presse électronique. Vers un nouveau média ?* Paris : ADBS, 1996. 143 p.

MARTIN-LAGARDETTE Jean-Luc. *La guide de l'écriture journalistique*. Paris : La Découverte, 2009. 255 p.

MARTÍNEZ VIZCARRONDO Doris. Análisis macroestructural semántico del discurso de la prensa latinoamericana digital sobre los ataques del 11 de septiembre. *Opción* N° 50. Maracaibo: Universidad del Zulia, 2006, p. 55-77.

MARTY Emmanuel. *Journalismes, discours et publics : une approche comparative de trois types de presse, de la production à la réception de l'information*, 366 p. Thèse : Toulouse 2 : 2010.

MATTELART Armand. *Histoire de la société de l'information*. Paris : La Découverte, 2001. 124 p.

MATTELART Armand et Michèle. *Histoire des théories de la communication*. Paris : La Découverte, 1997. 125 p.

MESO AYERDI Koldo. *Introducción al ciberperiodismo*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2006. 446 p.

MEYEN M. et al. The internet in everyday life: a typology of internet users. *Media, Culture and Society, Vol. 32, 5*. Westminster: Centre for Communication and Information, University of Westminster, 2010, p. 873-882.

MOIRAND Sophie. *Une grammaire des textes et des dialogues*. Paris : Hachette, 1990. 159 p.

MOIRAND Sophie. De l'aire de la page à l'hyperstructure et à l'écran : comment lire et analyser la presse quotidienne ordinaire. *Cauce, Revista Internacional de Filología y Didáctica N° 29*. 2006, p. 295-320.

MOIRAND Sophie. Comprendre la construction discursive des événements dans la presse imprimée et la presse en ligne. *Communication plénière sur invitation au premier colloque international organisé sur les langues étrangères (recherche, formation et traduction)*. Buenos Aires, 2007.

MOURIQUAND Jacques. *L'écriture journalistique*. Paris : PUF, 1997. 126 p.

MOURLHON-DALLIES F., RAKOTONOELINA F. et REBOUL-TOURÉ S. Les discours de l'internet : quels enjeux pour la recherche ? *Les carnets du Cediscor N° 8*. Paris : Presses Sorbonne Nouvelle, 2004, p. 9-18.

NAVARRO ZAMORA Lisy. Nuevos emisores del periodismo digital. *Question, Vol. 1, N° 13*, Universidad Nacional de La Plata, 2007. [En ligne]. Consulté le 14 janvier 2013. URL: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/345/277>

NAVARRO ZAMORA Lisy. El periódico on line. *Estudios sobre el mensaje periodístico Vol. 6*. Madrid: Universidad Complutense, 2000, p. 273-287.

NAVILLE-MORIN Violette. *L'écriture de presse*. Paris : Mouton-École Pratique des Hautes Études, 1969, 159 p.

NAPOLI P. 'Mass communication' and the 'work' of the audience in the new media environment. *Media, Culture and Society, Vol. 32, 3*. Westminster: Centre for Communication and Information, University of Westminster, 2010, p. 505-516.

NGOUNOU Alice. *Internet et la presse en ligne au Cameroun*. Paris : L'Harmattan, 2010. 208 p.

PALMER Michael. *Quels mots pour le dire ?* Paris : L'Harmattan, 2003. 232 p.

PARRET Herman. Approches sémiologiques. *Recherches en communication N° 11*. Louvain-la-Neuve : Université Catholique de Louvain, 1999, p. 43-58.

PAVEAU Marie-Anne. *Les prédiscours. Sens, mémoire, cognition*. Paris : Presses Sorbonne Nouvelle, 2006. 250 p.

PÊCHEUX Michel. Le discours : structure ou événement ? (1983). *L'inquiétude du discours*. Paris : Cendres, 1990, p. 303-323.

PELISIER, Nicolas. La plume dans la toile. L'identité des journalistes à l'épreuve des réseaux numériques. *La presse en ligne. Médiamorphoses N° 4*. Bry-sur-Marne : INA, 2002, p. 45-50.

PETARD J.-P. (coordinateur) *Psychologie sociale*. Paris : Bréal, 1999. 480 p.

PETICCA Sara. *Il giornale on line e la società della conoscenza*. Rubbettino : Soveria Mannelli, 2005. 193 p.

PETTY Richard E. et CACIOPPO John T. The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. *Advances in experimental social psychology N° 19*, 1986, p. 123-205.

PINEDA Migdalia. Los paradigmas de la comunicación: nuevos enfoques teórico-metodológicos. *Diálogos de la comunicación N° 59-60*. Cali: Felafacs, 2000, p. 264-271.

PINEDA Migdalia. *Difusión masiva: modelos verticales y alternativos*. Maracaibo: Universidad del Zulia, 1979.

PISANI Francis et PIOTET Dominique. *Comment le web change le monde. L'alchimie des multitudes*. Paris : Pearson, 2008. 263 p.

POLOMÉ Pierre. *Les médias sur Internet*. Toulouse : Milan, 2009. 63 p.

POULET, B. *La fin des journaux et l'avenir de l'information*. Paris : Gallimard, 2009. 217 p.

PROULX Serge. Introduction. *Actes du colloque « La Communication Médiatisée par Ordinateur : un carrefour de problématique »*. Université de Sherbrooke, 2001.

RAMONET Ignacio. *L'explosion du journalisme*. Paris : Galilée, 2011. 154 p.

RAE. *Ortografía de la lengua española*. Madrid: Espasa-Calpe, 2010. 162 p.

RAYNAUD Marie-Laure. Laubier Charles (de). La presse sur Internet, *Réseaux Vol. 18, N° 104*, 2000, p. 343.

REBILLARD Franck. Le journalisme participatif, un maillon dans la chaîne numérique de l'information d'actualité. *Web social : mutation de la communication* / éd. par MILLERAND F., PROULX S., RUEFF J. Québec : P.U.Q., 2010, p. 353-365.

REBILLARD Franck. *Le web 2.0 en perspective. Une analyse socio-économique de l'internet*. Paris : L'Harmattan, 2007a. 158 p.

REBILLARD Franck. Le journalisme participatif, de l'idéologie à la pratique. *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric* N° 6, 2007b. [En ligne]. Consulté le 26 mars 2011. URL: http://www.fssp.uaic.ro/argumentum/numarul%206/01_Rebillard.pdf

REBILLARD Franck. L'information journalistique sur l'internet, entre diffusion mass-médiatique et circulation réticulaire de l'actualité. *Document numérique et société – Actes du colloque DocSoc 06 /* dirigé par BROUDOUX E., CHARTRON G. Paris : ADBS Editions, 2006, p. 213-226.

RICCI Jean-Claude. *Histoire des idées politiques*. Paris : Dalloz, 2008. 481 p.

RINGOOT Roselyne et UTARD Jean-Michel (sous la direction de). *Le journalisme en invention*. Rennes : Presses Universitaires, 2005. 215 p.

RINGOOT Roselyne. Périodicité et historicité de l'info en ligne. *La presse en ligne. Médiamorphoses* N° 4. Bry-sur-Marne : INA, 2002, p. 69-74.

RÍOS ESPINOSA Carlos. Adela Cortina: 'Alianza y contrato. Política, ética, religión'. *Revista del Instituto de la Judicatura Federal* N° 10. México D.F.: IJFEJ, 2002, p. 213-219.

ROUQUETTE Sébastien. *L'analyse des sites internet*. Paris : De Boeck, 2009. 335 p.

SALAVERRÍA Ramón. *Redacción periodística en internet*. Pamplona : Eunsa, 2005. 180 p.

SALLINEN David. *Les clés pour publier en ligne*. Paris : Victoires, 2007. 119 p.

SALWEN Michael B., GARRISON Bruce et DRISCOLL Paul D. *Online news and the public*. Mahwah (N.J.) : L. Erlbaum Associates, 2005. 356 p.

SCHWARTZENBERG Emmanuel. *Spéciale dernière. Qui veut la mort de la presse quotidienne française ?* Paris : Calmann-Levy, 2007. 282 p.

SEARLE John R. *Les actes de langage. Essai de philosophie du langage*. Paris : Hermann, 1972. 261 p.

SMITH Anthony. *Goodbye Gutenberg: the newspaper revolution of the 1980's*. New York ; Oxford : Oxford University Press, 1980. 367 p.

SORMANY Pierre. *Le métier de journaliste*. Québec : Boréal, 2000. 494 p.

STAGLIANO Riccardo. *Giornalismo 2.0*. Roma: Carocci, 2002. 198 p.

STOVALL James. *Web journalism*. Boston : Allyn and Bacon, 2004. 239 p.

TARAZONA Sandra. El análisis del discurso de la prensa en internet. *Ensemble N° 5. Revista electrónica de la Casa Argentina de París*, 2011. [En ligne]. Consulté le 20 juin 2011. URL:
<http://ensemble.educ.ar/?p=1669&numero=20>

TEJEDOR CALVO Santiago. *La enseñanza del ciberperiodismo*. Sevilla: Comunicación Social, 2007. 126 p.

TODOROV Tzvetan. *Estilo. Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje* / ed. par Oswald DUCROT et Tzvetan TODOROV. México D.F.: Siglo XXI, 2006, p. 344-348.

TOFFLER Alvin. *La tercera ola*. Barcelona : Plaza & Janés, 1980. 672 p.

TOUBOUL Annelise. Journalistes et publics, l'annonce d'un mariage de raison. *Journalistes et citoyens : qui parle ? Communication et Langages N° 165* / coordonné par CROISSANT Valérie et TOUBOUL Annelise. Paris : CELSA-Université Paris IV, 2010.

TORRES Maruja. *Mujer en guerra. Más masters da la vida*. Madrid: Barcelona, 1999. 336 p.

TROGNON Alain et LARRUE Janine. *Pragmatisme du discours politique*. Paris: Armand Colin, 1994. 184 p.

UTARD Jean-Michel. La presse en ligne. *MédiaMorphoses (2002, mars) 4*. Bry-sur-Marne : INA, 2002, p. 19-22.

VALENTINI Giovanni. *Media Village: l'informazione nell'era di Internet*. Roma: Donzelli, 2000. 109 p.

VAN DIJK Teun. *Estructuras y funciones del discurso*. México, DF: Siglo XXI, 2007. 223 p.

VAN DIJK Teun. De la grammaire de textes à l'analyse sociopolitique du discours. Un itinéraire de recherche. *Le Français dans le monde. Le discours : enjeux et perspectives* / éd. par Sophie MOIRAND. Paris : Hachette, 1996, p. 16-29.

VERÓN Eliseo. El análisis del "contrato de lectura". Un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los media. *Les Medias: expériences, recherches actuelles, applications*. Paris : IREP, 1985.

VION Robert. Linguistique et communication verbale. *Apprendre dans l'interaction* / éd. par Michel GILLY, Jean-Paul ROUX et Alain TROGNON. Nancy : Presses Universitaires, 1999, p. 41-67.

VILAMOR, José R. *Redacción periodística para la generación digital*. Madrid: Universitas, 2000. 503 p.

WARD Mike. *Journalism on line*. Oxford; Amsterdam; Boston: Focal press, 2002. 214 p.

WATINE Thierry. Mutations obligées. *Cahiers du journalisme N° 5 : Journalisme et technologies nouvelles*. Lille : Centre de recherche de l'Ecole supérieure de journalisme de Lille, 1998, p. 6-7.

WEISSROCK Christine. La presse française va continuer à investir en 2001 sur internet. *L'Atelier BNP Paribas Group*. [En ligne]. Consulté le 31 mars 2014. URL : <http://www.atelier.net/trends/articles/presse-francaise-va-continuer-investir-2001-internet>

WILLETT Gilles. *La communication modélisée : une introduction aux concepts, aux modèles et aux théories*. Quebec : ERPI, 1992.

WOLTON Dominique. *Internet, et après ?* Paris : L'Harmattan, 2000. 240 p.

Annexes

The New York Times.com

<http://latitude.blogs.nytimes.com/2012/10/09/mourning-chavezs-reelection-as-venezuelas-president/#postComment>
<http://latitude.blogs.nytimes.com/2012/10/09/chavezs-re-election-is-a-boost-to-argentinas-kirchner/>

Spiegel On Line

<http://www.spiegel.de/politik/ausland/wahl-in-venezuela-chavez-bleibt-an-der-macht-a-860128.html>

El País.com

http://internacional.elpais.com/internacional/2012/10/07/actualidad/1349638941_284511.html

Le Monde.fr

http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2012/10/08/hugo-chavez-reelu-a-la-tete-du-venezuela_1771515_3222.html

EDITORIAL
The Common Core in New York

EDITORIAL
Making Retirements Less Secure

EDITORIAL
Next Move on Press Freedom



JOE NOCERA
Innovation, Optimism and
Jobs



TimesMinute

▶ WATCH NOW

60-second videos
featuring today's
leading stories.

The Opinion Pages



Latitude

VIEWS FROM AROUND THE WORLD

Search Latitude

SEARCH

OCTOBER 9, 2012, 5:51 AM | 5 Comments

Re-election Lament

By FRANCISCO TORO

CARACAS — Hugo Chávez's resounding election victory in the Venezuelan presidential election on Sunday set me at war with myself.

My thinking self isn't at all surprised by what happened: it's easy to account for the charismatic president of a petrostate being re-elected in the middle of an oil boom. But my feeling self is crushed. My country has now squandered its last best hope to stop its descent into all-out personalism.

More than a president, Venezuela has something like an [elected monarch](#), who rules with absolute authority and no checks and balances.

The argument about how difficult it is to dislodge a populist leader when oil prices are in [the triple digits](#) is straightforward. Petrostates aren't like normal countries, where governments depend on the people and the companies they tax to ensure a reasonable funding stream. Instead, they depend on the black goo they pump out of the ground, and in turn the people and the companies depend on them. The basic balance of power between the state and the individual is upended.

The related political economy is simple: the black goo goes out of the country in tankers, and finished goods come in in container ships. Since the black goo belongs to the state, so do the imported goods. And when the state controls the distribution of finished goods in an economy, it becomes hyper-empowered; it gets to control many levers that are easy enough to turn into votes. That huge amounts of money are squandered, wasted or stolen in the process is neither here nor there: [the sums involved are astronomical](#) — certainly great enough to afford both runaway populism and hardcore graft.

Petrostates aren't like normal countries. They depend on the black goo they pump out of the ground, and in turn the people and the companies depend on them.

PREVIOUS POST
◀ Remembering
Politkovskaya

Chávez Wins, Kirchner Wins
▶ NEXT POST



Miraflores Palace, via Reuters

Over the last few months, as I've hoped against hope that a brilliant opposition campaign could somehow short-circuit this bedeviled logic, one Chavista program kept bringing me back to a dour realization that it just wasn't likely. The program, called "My well-equipped home," essentially is an oil-for-appliances deal signed with China under which [over 1.3 million Haier brand appliances](#) — stoves, washers and dryers, flat-screen TVs — were distributed to government supporters at deeply discounted prices. Chávez's face is, as you'd expect, stenciled right into the program's logo.

It was a brilliant gambit, cynical and effective. Imagine, for a second, your life without a washing machine. Then imagine how thoroughly it would be [transformed](#) if you suddenly got one. Now multiply that by 1.3 million households, and you begin to see the extreme, possibly insurmountable structural advantage an incumbent has in a re-election race in a petrostate.

It may be that such populism is immune to challenge at the ballot box, at least when energy prices are high. When Chávez was first elected, in 1998, oil prices were hovering around \$10 per barrel; that crippled the ability of the old system to turn oil into votes.

Today, a barrel of oil sells for more than \$100.

To the average Venezuelan voter, access to the basics of a decent life means access to his or her little parcel of the petrostate pie, and supporting Chávez is the smart way to do that. That this ends up giving the incumbent carte blanche to pursue policies that are wasteful, corrupt, authoritarian and sporadically downright criminal doesn't necessarily register. The abstractions of constitutional government are distant indeed when you feel you owe the guy in power everything that makes your life bearable.

RELATED IN GLOBAL OPINION

Op-Ed: Why Chávez Was Re-elected

Though vilified in the media, Chávez has done much for Venezuelans.

• [Latitude: Chávez Wins, Kirchner Wins»](#)



Francisco Toro is a blogger and co-author of "Blogging the Revolution, Caracas Chronicles and the Hugo Chávez Era."

5 COMMENTS



Share your thoughts.

All 5 Readers' Picks 1

Newest ▾

Carlos Caracas • 15 October 2012

Vera,

"The difference between Chavez's government and previous corrupt governments is that under Chavez the poor can see some benefit in access to health care and education"

I was a poor kid who grew up in Caracas during the times of the "4th Republic". I got all my education from public schools built during that period. I also got a degree from a University built during the period previous to Chavez. All of that for free, and a few years before Chavez came to power, I got a fellowship to do my PhD overseas, also from a government institution. So, I have much more to thank to the governments that came before Chavez than to him. A heck of a lot of people in Venezuela can tell you similar stories, so saying that previous governments didn't do anything for education is just a lie.

Moreover, some of those governments that came before Chavez, also built many of the most important public hospitals in the country. They didn't do anything at all for health care? Another lie. To be fair, those hospitals started to deteriorate before Chavez came to power, but under Chavez they have deteriorated even further.

There were many good things that were done during the 4th Republic, and I certainly wouldn't be where I am now if it weren't because of all the opportunities it gave me. But just like at some point I could not support the governments of that period, because the bad things by far outweighed the good ones, the same can be said about Chavez now.

Reply · Recommend ·

Flag

Ana Boston • 14 October 2012

Excellent article! Thanks for giving us a general perspective. I'm Venezuelan and a journalism student in Boston. I voted in the consulate on Sunday at 6 am and for the very first time I felt hope! My heart is still crushed by Chavez's victory.

Reply · Recommend



Uziel Nogueira Florianopolis - SC - Brasil • 14 October 2012

The best line on the Venezuelan election "until the opposition can tell the largely poor people who continue to return Chavez to office that the petrostate can be made to work for everyone without Chavez it will continue to lose elections. "

Venezuela's political, social and economic context is the norm throughout Latin America. Something similar to Chavez did happen in Brazil when Lula da Silva of Partido dos Trabalhadores (PT) won the presidency in 2002. He was reelected in 2006 and helped elected his PT colleague Dilma Rouseff in 2010. Ms. Rouseff is expected to be reelected in 2014.

The election of Lula da Silva is transcendental for two reasons. For the first time ever a truly representative party of the poor, the majority of the population, came to power. Second, Lula DELIVERED what he had promised during the campaign.

The extraordinary feat of PT/Lula is that the poor is becoming middle class, the economy is well managed and social changes occur in peace and total respect for public institutions. Even the judiciary - a retro institution- has surprised and become a rallying force behind progressive social policies that help the poor and curtail political corruption.

Mexico --second largest economy in LA and close US ally -- is a mirror image of VEN/BR. Elected Pena Nieto can govern as 'business as usual ' as his predecessors did in the past or choose the path of Brazil and Lula/PT. If he chooses the former, the country is in deep social trouble.

Reply · Recommend ·

Flag

amclausen Mexico • 10 October 2012

Would you rather prefer that the foreign companies or the local monopoly run the country in their complete benefit? At least Chavez has nationalized companies like the former mexican cement producer "Cemex", that sells part of its production to mexicans at inflated prices (they fix the local price), and our government is quite happy allowing the same happening for a selected group of private companies in Mexico, like telephone monopoly Telmex, the media TV duopoly, the electricity entity, the fuel and gasoline (whose price raises every month). After 5 presidential terms under neoliberal capitalists, Mexico is much poorer, middle class is disappearing fast, super-rich are richer than ever, so please don't coke and tell us Chavez is a complete evill, that belief don't fits reality. Even with a low-low money handling efficiency typical of the leftist governments, people wouldn't be as screwed as they are with the much more refined exploitation schemes of the multinational companies and the perverse governments that support and serve them. With a president not even half as populist as Chavez, we would be living a much better life. The last 5 mexican presidents have dilapidated the enormous petroleum resources that Mexico discovered in Campeche Bay in the 80's. That oil is gone and newer discoveries won't be as large or as easy to exploit. Violence and unrest is the worst problem we live today, and our next politicians in charge will tend to deepen this situation even more.

Reply · Recommend ·  

 Flag

Vera Montreal • 10 October 2012

One of the best books I've ever read on the intersection of Venezuelan politics and oil is Fernando Coronil's "The Magical State." Published before the Chavez revolution, the book makes it clear that wasteful, corrupt, authoritarian governments are not new to the Chavez administration. The difference between Chavez's government and previous corrupt governments is that under Chavez the poor can see some benefit in access to health care and education. Until the opposition can tell the largely poor people who continue to return Chavez to office that the petrostate can be made to work for everyone without Chavez it will continue to lose elections. If Chavez succeeds in moving more people out of poverty, then perhaps those voters will begin to move towards the center. Until that happens the poor will continue to vote for a material stake in a piece of the petro pie. People who don't have to worry about food, health care, and education are free to focus on more abstract ideals embodied in constitutional governance.

Reply ·  3 Recommend ·  

 Flag

EDITORIAL
The Common Core in New YorkEDITORIAL
Making Retirements Less SecureEDITORIAL
Next Move on Press FreedomJOE NOCERA
Innovation, Optimism and
JobsOPINION
The Self-Reflecting Pool

The Opinion Pages



Latitude

VIEWS FROM AROUND THE WORLD

Search Latitude

SEARCH

OCTOBER 9, 2012, 8:54 AM | 6 Comments

Chávez Wins, Kirchner Wins

By DANIEL POLITI

BUENOS AIRES — After Hugo Chávez's [easy re-election](#) as Venezuela's president on Sunday, President Cristina Fernández de Kirchner of Argentina took to [Twitter](#) for the first time in almost a week. She sent five messages in quick succession, congratulating Chávez and Venezuela. "Your victory is also ours," she wrote:



Chávez quickly echoed the sentiment. "[Cristina, this victory is also for Argentina](#)," he told a roaring crowd of supporters from the balcony of the presidential palace after his win was confirmed. "Latin America won today."

It was more than just an exchange of pleasantries. Since his rise to power in 1999, Chávez has been at the forefront of a leftist and anti-American populist wave that has swept much of the region. The alliance that Kirchner, and before her, her late husband and predecessor Néstor, formed with Chávez helped their governments during hard times, when Argentina was still recovering from its economic collapse of a decade ago.

That relationship has brought Argentina economic benefits: [oil](#), [credit](#) and maybe even [campaign cash for Kirchner](#). It has brought political benefits: Kirchner has been able to portray her government as part of an epic battle that unites Latin America against Western corporate interests. Judging by the excitement that Chávez's victory on Sunday generated among her base, that narrative remains powerful.

Comparisons between Argentina and Venezuela are [frequent](#). Both leaders often force their speeches on all radio and TV networks, they're fond of criticizing the media, they have instituted stringent foreign-exchange controls, and they run high-inflation economies that rely on commodities exports to finance massive public spending. So Argentines followed the campaign in Venezuela with keen interest, watching for signs of [what may be in store for them here](#). Now Chávez's victory looks to some like strong evidence that the benefits of this model of governance continue to outweigh the costs.

PREVIOUS POST
Re-election LamentNEXT POST
A Golden Jubilee,
TarnishedTake the Journey
with Team USASee where Olympic athletes and
their medals are from

Yet there may be something in this for Argentine opposition politicians, too. Their hopes that a victory by Henrique Capriles Radonski, Chávez's opponent, would mark the beginning of the end for self-styled revolutionary leaders in Latin America were disappointed, of course. And not before causing them some embarrassment: after a group of lawmakers traveled to Venezuela last week to act as [election monitors for Capriles](#), a couple of them prematurely declared that he would win. (See [here](#) and [here](#).)

Still, the Argentine opposition, which is deeply fragmented, can learn plenty from Capriles's campaign, especially about how to challenge a strong president. Capriles was able to form a credible challenge by becoming the [uniting voice](#) of the Venezuelan opposition. And realizing that playing off [hatred of Chávez](#) would only get him so far, he offered a plan for improving the lives of Venezuelans, especially regarding [rising prices and insecurity](#) — some of Argentines' main concerns, too, according to [opinion surveys](#).

Of course, unity isn't enough, as Capriles's loss shows. And the immediate upshot of Chávez's re-election is a boost to Kirchner and her backers just at a time when her popularity [had been waning](#).

What's more, Chávez's win undermines the Argentine opposition even on the one issue around which it had managed to rally: opposing government allies who want to reform the Constitution so that Kirchner can run for a third term in 2015. The day after his victory, one of Kirchner's most vocal supporters, the politician Luis Ángel D'Elía, wondered why a president couldn't be re-elected more than twice if that were [the will of the people](#).

When asked about amending the Constitution recently, Kirchner said it was neither "[my desire nor my responsibility](#)." Whether she was coy then, she's likely more confident now: Chávez's victory is a case her supporters can turn to when they argue for extending her own tenure.

Daniel Politi is a freelance writer living in Argentina.

RELATED IN GLOBAL OPINION Op-Ed: Why Chávez Was Re-elected

Though vilified in the media, Chávez has done much for Venezuelans.
* [Latitude: Re-election Lament](#)



6
COMMENTS

AMERICAS, CRISTINA FERNÁNDEZ DE KIRCHNER, ECONOMIC CONDITIONS AND TRENDS, ELECTIONS, HUGO CHÁVEZ, VENEZUELA

6 COMMENTS



Share your thoughts.

All 6 Readers' Picks 2

Newest ▾



Uziel Nogueira Florianopolis - SC - Brasil • 14 October 2012

I know Venezuela and Argentina quite well. Argentina is NOT Venezuela and Cristina Kirchner is NOT Hugo Chavez.

The only similarity is that both politicians would love to be Pres For Life. Unfortunately for Cristina Kirchner, Argentina does not possess 500 billion barrels of oil in reserve as Venezuela of Chavez does. In consequence, Cristina cannot play the political game of easy petro money to help ' los descamisados argentinos.'

Credit should be given to Cristina in paying to play since her and her former husband Nestor came to power in 2003. The only problem is that Argentina's treasury just run out of money after her reelection in 2011.

Cristina's disastrous economic policies achieved something extraordinary. In a global financial system washed in trillions of cheap dollars. Argentina is the only country in which the dollar is a scarce commodity.

[Reply](#) • [Recommend](#)

Don S Montreal • 10 October 2012


A couple of weeks ago Mr Toro confidently predicted in Latitude that President Chavez was finished. Since Chavez won so handily may we now hope that Mr Toro is finished?

[Reply](#) • [2 Recommend](#)

David Chowes New York City • 10 October 2012

WHY CHAVEZ WN . . .

I personally dislike the leader of Venezuela. But, he stood up to the U. S. who since the Monroe Doctrine have had so many Central and South American countries to continue to be 'under our thumb.'

Reply •  1 Recommend

Odette de Crécy France • 10 October 2012

Though I am not Argentine, I am very attached to this dear country.
I sincerely hope that it obvious decline will not end in a fall like Venezuela's

Reply •  3 Recommend



John J Jag Zurich, Switzerland • 10 October 2012

You win some and lose some. Chavez reelection is disturbing because he clearly is under some delusions about how the real world works. Leaders like him invent democratic themes as they comb through the press and other literary sources seeking whatever support they can find to support their positions. But that's the way the world works, and we in the modern western world will have to learn to live with it. And stay strong and united.

Reply • Recommend

South American South America • 10 October 2012

Ya. Its working really well for these two.
That's why there's a huge market to unload Argentine pesos at a rate completely different than the exchange rate.
Nice job Christina.
Watch what happens.

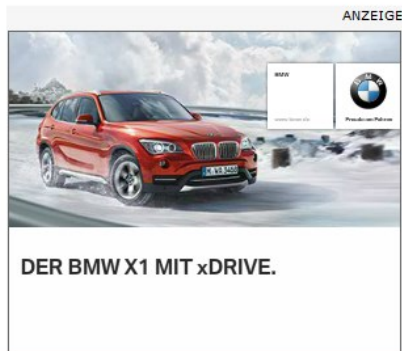
Reply • Recommend •  

 Flag

Chávez-Sieg in Venezuela: Triumph stimmt den Caudillo milde

Von Jens Glüsing, Rio de Janeiro

Er weckte seine Wähler per Feuerwerk und verteuflte den Gegner. Hugo Chávez zog in Venezuelas Wahlkampf noch einmal alle Tricks. Mit Erfolg: Der Präsident regiert weiter. Nach dem Sieg zeigte er sich jedoch milde. Das Land rätselt über die Gesundheit des Caudillo.



Montag, 08.10.2012 – 17:30 Uhr

Drucken | Versenden | Merken

Nutzungsrechte | Feedback

Kommentieren | 41 Kommentare

Zur Startseite

Twittern < 30 | Empfehlen < 42 | +1

THEMA
Venezuela

Hugo Chávez

Alle Themenseiten

Länderlexikon Venezuela ▶

Bevölkerung: 29,044 Mio.

Hauptstadt: Caracas

Staats- und Regierungschef: Nicolás Maduro



Mehr auf der Themenseite | Wikipedia | Lexikon | Venezuela-Reiseseite

Möchten Sie ein anderes Land erkunden?
Alle Länder im Überblick ...

Mehr auf SPIEGEL ONLINE

Der Verlierer schickte eine klare Botschaft an den frisch wiedergewählten Präsidenten: Er hoffe, dass [Hugo Chávez](#) das Wahlergebnis richtig zu lesen wisse, sagte Oppositionskandidat Henrique Capriles. Zuvor hatte er seine [Niederlage bei den Präsidentschaftswahlen in Venezuela eingeräumt](#). Über 44 Prozent hat die Opposition erreicht, so viel wie noch nie gegen den übermächtigen Caudillo. Fast die Hälfte des Wahlvolks hat für ein Ende der "bolivarischen Revolution" gestimmt. Das ist keine kleine "Oligarchie" oder Bourgeoisie, wie Chávez seine Gegner gern tituliert. Doch wahr ist auch: Dieser politische Goliath ist an den Urnen nicht zu schlagen.

Als die Wahlbeteiligung über 80 Prozent stieg und immer noch lange Schlangen vor den Wahllokalen warteten, war abzusehen, dass Chávez sein Ziel erreichen würde: Er hatte es geschafft, [auch jene Wähler zu mobilisieren](#), die seine Politik nicht zu hundert Prozent mittragen und bei einer weniger wichtigen Entscheidung zu Hause geblieben wären. Mit einem Feuerwerk in den Armenvierteln von Caracas hatte die Regierung ihre Anhänger morgens um sechs Uhr geweckt, damit niemand die Wahl verschlafen würde.

Seine Töchter und alte Kampfgefährten begleiteten Chávez, als er nach seinem Sieg auf den Balkon des Präsidentenpalasts trat, um zu seinen Anhängern zu sprechen. Es scheint, als ob er Capriles' Verweis auf die 44 Prozent seiner Gegner verstanden hat: Er lobte die Opposition, dass sie das Wahlergebnis so schnell anerkannt habe und erklärte, dass er den Dialog suche.



Möchten Sie ein anderes Land erkunden?
Alle Länder im Überblick ...

Mehr auf SPIEGEL ONLINE

Fotostrecke: Chávez jubelt, der Gegner trauert

Präsidentenwahl in Venezuela: Chávez holt den Sieg (08.10.2012)

Wahl in Venezuela: Der schwerste Kampf des Caudillo (07.10.2012)

Seine Töchter und alte Kampfgefährten begleiteten Chávez, als er nach seinem Sieg auf den Balkon des Präsidentenpalasts trat, um zu seinen Anhängern zu sprechen. Es scheint, als ob er Capriles' Verweis auf die 44 Prozent seiner Gegner verstanden hat: Er lobte die Opposition, dass sie das Wahlergebnis so schnell anerkannt habe und erklärte, dass er den Dialog suche.

Im Wahlkampf hatte er zwar einen Kübel voller Beleidigungen über seinen Gegner ausgeschüttet, doch in Wirklichkeit ist der Caudillo längst nicht mehr so aggressiv und radikal wie in seinen ersten Amtsjahren. Seine Krebserkrankung hat ihn milder gestimmt, außenpolitisch sucht er den Kontakt zu einstigen Gegnern: Er unterstützt den Friedensdialog der kolumbianischen Regierung mit der Guerilla Farc, auch gegenüber [Washington](#) schlug er zuletzt freundlichere Töne an.

Seine bolivarianische Revolution hat den Glanz der frühen Jahre verloren; das brasilianische Entwicklungsmodell einer gemäßigten Linksregierung scheint den meisten seiner lateinamerikanischen Amtskollegen attraktiver als Chávez' "Sozialismus des 21. Jahrhunderts". Ein Platz in der Geschichte ist Chávez trotzdem sicher, er hat den Millionen Armen und Ausgeschlossenen in ganz [Lateinamerika](#) eine Stimme verliehen.

Die Frauen lieben Chávez

Seine Sozialprogramme haben vielen Venezolanern echte Verbesserungen gebracht, trotz [Korruption](#) und Verschwendung. Vor allem die Frauen in den Armenvierteln lieben und vergöttern ihn: Ohne ihre Hingabe wäre die Revolution längst versandet.

ANZEIGE



7-9% Top Rendite 7 - 9%
Telemedizin - Der Siegeszug ist nicht zu stoppen! Seit 2008 immer Top Zinsen - ab 3.000€




Do-it-yourself Ideen
Alles neu in 2014 - mit Westwing und DIY-Ideen und schönen Accessoires

Wenn Chávez seine sechsjährige Amtszeit bis zum Ende durchsteht, war er insgesamt 20 Jahre an der Macht, so lange wie kein gewählter Präsident vor ihm. Nur der Caudillo Juan Domingo Perón in [Argentinien](#) hat sein Land so nachhaltig geprägt wie Chávez die Ölnation Venezuela. Doch wird er den Regierungsmarathon auch gesundheitlich überstehen?

Wie krank ist der Präsident? Diese Frage überschattet seinen Sieg. Bei jedem Auftritt wird sein physischer Zustand mit Argusaugen begutachtet, wenn er für einige Tage von der Bildfläche verschwindet, brodelt sofort die Gerüchteküche. Andererseits hat ihm sein Triumph Aufschub verschafft: Er hat jetzt Zeit und Ruhe, um seine Nachfolge zu regeln.



1. Warum ist es,

 **hdudeck** 08.10.2012

[Zitat von **sysop** anzeigen...]

das Artikel im SPON ueber Chávez immer einen negativen Unterton haben? Es gipfelte sogar darin, das Autoren des SPON ihn in frueheren Artikeln als Diktator verunglimpften. Der Mann tat im Wahlkampf genau das Gleiche, was wir nun (und extremer) im US Wahlkampf erleben und wir in Deutschland naechstes Jahr erleben werden. Zitat: Über 44 Prozent hat die Opposition erreicht, soviel wie noch nie gegen den übermächtigen Caudillo. Fast die Hälfte des Wahlvolkes hat für ein Ende der "bolivarischen Revolution" gestimmt. Zitat Ende. Was fuer ein Quatsch, 44% sind nicht die Haelfte und das diese das Ende der "bolivarischen Revolution" wollen ist Interpretation des Autoren. Und was ist diese "bolivarische Revolution"? Beziehen sich die Autoren auf Bolivar oder auf das Land Bolivien oder eine Epoche in der Geschichte Suedarmericas? Sieht so aus das der Artikel wieder einmal ohne Sinn und Verstand vom Original uebersetzt wurde.


2. Anscheinend

 **gandhiforever** 08.10.2012

[Zitat von **sysop** anzeigen...]

hat die Verteufelung von Chavez in westlichen Medien nicht den gewuenschten Effekt in Venezuela. dort scheint das Volk eher erfreut darueber, dass der Profit aus dem Erdoel im eignen Land bleibt, dem Volk zugute kommt.


3.

 **Xangod** 08.10.2012

[Zitat von **hdudeck** anzeigen...]

Drohen unser Regierungsparteien für den Fall eine Abwahl mit einem Bürgerkrieg und verteilen an die Jugendorganisationen Kalaschnikovs (oder meinerwegen G3s)??? Parallelen gibt es aber schon. Wie unsere Politiker das Geld der Menschen an Banken und PIGS-Staaten veruntreuen, so versenkt Chavez das Volksvermögen in Kuba.


4.

 **grana** 08.10.2012

[Zitat von **sysop** anzeigen...]


Wer die Oberschicht vor Chavez erlebt hat, der empfindet Chavez eher als ein notwendiges Übel. Das was man unserer Oberschicht vorwirft war und ist die normale Realität in Venezuela. Ich wünsche Herrn Chavez ein langes Leben und hoffe, dass trotz Embargo, Krebsleiden und weltweiter Propaganda er noch einiges für die arme Bevölkerung tun kann.

5. Blödsinn

 **wolla2** 08.10.2012


"so versenkt Chavez das Volksvermögen in Kuba" Beispiel Benzin: Chavez hat keine Ölindustrie verstaatlicht. Er hat lediglich angekündigt, bei Neuverhandlungen der Verträge, sie günstiger für das Volk ausfallen zu lassen. Kolumbien bezieht für den Eigenbedarf rd. 13% zum Förderpreis von 1 US\$ pro Barrel. 87% des Eigenbedarfs muss die Bevölkerung das eigene Öl für rd. 100 US\$ Weltmarktpreis kaufen. So einen Quatsch hat Chavez abgeschafft. Klar, dem neo Liberalismus ist das nicht recht. Aber es ist nur eine Frage der Zeit, dass das Modell Marktwirtschaft an der Wand landet. Die Venezuelaner haben dann immer noch ihr Öl. Chavez ist derzeit das Beste, was ihnen passieren kann. Warum kann ein Medium wie SPON eine Wahl so akzeptieren, wie sie ist. Warum können Journalisten Situationen immer besser beurteilen, als die Menschen, die Jahrzehnte damit umgehen und warum werden solche Artikel immer von Journalisten verfasst, die fast 10.000 km davon entfernt sitzen und nicht mitten drin?

6. Chavez

 [torgut.harun](#) 08.10.2012

Chaves hat tatsaechlich einiges im Land erreicht und fuer das Volk, auch fuer die Armen, etwas Positives geschaffen. Ein gutes Vorbild!


7.

 [Stäffelesrutscher](#) 08.10.2012

[Zitat von [sysop](#) anzeigen...]

Aus dem fernen Rio de Janeiro kann man natürlich unheimlich gut über Venezuela schreiben. Welche Sender Herr Glüsing da wohl geguckt hat - CNN oder Telesur? Außerdem konnte man vor einiger Zeit mit weit größerer Berechtigung über die Gesundheit des Präsidenten rätseln. Ach, und noch was: Wie oft haben der Spiegel bzw. SPON eigentlich Leute wie Uribe (Kolumbien), Lobo (Honduras), Meném (Argentinien), González (Spanien), Timoschenko (Ukraine) oder Papandreou (Griechenland) als "Caudillo" oder "Diktator" bezeichnet?


8. Erdoel fuer Venezuela?

 [Der Pragmatist](#) 08.10.2012

[Zitat von [gandhiforever](#) anzeigen...]

Die Profite des Erdoels sind immer schon im Lande geblieben, denn PDVSA ist seit 1976 in staatlicher Hand. Nur hat der liebe Caudillo schon allerhand anderes verstaatlicht, was natürlich zu den ublichen Knappheiten fñhrt. Er hat die Landwirtschaft verstaatlicht und ploetzlich gibt es eine Lebensmittelknappheit. Er hat das Fernsehen verstaatlicht und es ist seitdem nur ein Sprachrohr von Chavez, das er taeglich benutzt, um Propaganda auf sein Volk rieseln zu lassen. Die meisten Leute, die die Wirtschaft betrieben haben, haben sich inzwischen nach Miami abgesetzt und die Folgen sind stagnierende Wirtschaft, hohe Inflation (die hoechste in Lateinamerika) und niedrige Steuereinnahmen, denn es sind die Geldverdiener, die Steuern zahlen. Die Chavez Anhaenger zahlen keine Steuern, sie leben vom Staat und waehlen Chavez immer wieder. Es gibt zwei schone englische Sprueche, die Venezuela beschreiben koennen: "If you rob Peter to pay Paul, you are always assured Paul's vote" oder "The trouble with socialism is that sooner or later, you will run out of other people's money" Das beschreibt das heutige Venezuela sehr gut. Wenn in 5 Jahren dann das Land ganz ruiniert am Boden liegt, dann muss wieder der verhasste Westen mit Milliarden Spritzen zu Hilfe kommen. Sozialismus hat noch nirgends funktioniert, er beschert nur der Masse ein miserables Leben. Pragmatist


9.

 [grana](#) 08.10.2012

[Zitat von [hdudeck](#) anzeigen...]

Das interessante bei Tagesschau24 war heute die Begründung für den Sieg von Chavez, es lag an der hohen Wahlbeteiligung. Naja 80% Wahlbeteiligung, dass kann keine Demokratie sein.

10. Stimmt

 [snahdog](#) 08.10.2012

[Zitat von [gandhiforever](#) anzeigen...]


Ja, das Geld bleibt im eigenem Land. Das Problem ist dass leider viel an Chavez's Spezies geht. Und zu der Fairheit der Wahlen: ich glaube nicht das geschummelt wurde, Chavez hat einfach noch die meisten Leute hinter sich. Aber einige Sachen sind nicht fair, zum Beispiel das Chavez die staatlichen Medien frei zur Kampagne benutzen darf waerend die anderen Kandidaten nur eingeschrenkt Werbung im Fernsehen machen duerfen. Chavez hat definitiv den Armen geholfen wie noch kein anderer venezuelanischer Politiker zuvor. Aber es gibt noch viel Luft nach oben, das sollten wie in Europa nicht vergessen. Wenn ein Politiker mit unserem Weltbild zusammenpasst druecken wir leider oft ein Auge zu und halten sie zu niedrigeren Standards.

11.

 [glücksbärchi35](#) 08.10.2012

Das Problem ist, dass in Venezuela die Öl-Einnahmen nur verkonsumiert oder an Chavez internationale Freunde verschenkt werden. Da wird nichts investiert, da wird nichts produziert, da gibt es keinerlei Fortschritt. Venezuela könnte eines der reichsten Länder der Welt sein. Aber so reicht es nur zu einem komfortablen Hatz4 für alle.


12.

 [snahdog](#) 08.10.2012

[Zitat von [wolla2](#) anzeigen...]

[QUOTE=wolla2;11104297] Aber es ist nur eine Frage der Zeit, dass das Modell Marktwirtschaft an der Wand landet. Die Venezuelaner haben dann immer noch ihr Öl. [QUOTE] Ohne das Modell Marktwirtschaft wäre Öl weltweit wahrscheinlich die Hälfte wert und Venezuela um einiges ärmer. Verfassen sie ihre Kommentare von Venezuela aus?

13. Es bleibt dabei...

 [peeka](#) 08.10.2012

Der nächste Artikel zu Chavez, und die Bewertung fällt "typisch deutsch" aus: Die eigene ideologische Grundhaltung wird auf Venezuela projiziert, und schon können Sozialisten und Antikommunisten aufeinander einschlagen. Dabei werden die Grundlagen übersehen: Von den Sozialisten wird übersehen, wie die Lage in Venezuela wirklich ist, wie viel Propaganda ist und wie es in früheren Jahren dort ausgesehen hat. Von antikommunistischer Seite wird übersehen, warum wohl ein Chavez bei der armen Bevölkerung so gut ankommt, und es wird übersehen, dass er Venezuela eben nicht in der Boomzeit Mitte der 1980er (oder 1970er/1980er Jahre) sondern erst nach der Zerstörung durch andere Politiker und den IWF übernommen hat. Die Landreformen waren sicherlich notwendig, aber wenn ich meiner Verwandtschaft der ehemaligen oberen Mittelschicht glauben darf, wird wirklich nichts mehr produziert, weil ständig irgendwo Material fehlt. Mein Cousin versucht sich in der Baubranche und scheitert genau an dieser Stelle. Daran ist auch damals die DDR regelmäßig gescheitert. Gleichzeitig habe ich mich selten so über die eigene extrem gastfreundliche Verwandtschaft erschrocken, wenn sie über die Einheimischen redeten oder damals Pinochet toll fanden. Die Mittelschicht hat sich selbst zuzuschreiben, dass die Gesellschaft gespalten ist. Aber der Großteil der Kommentare hier kann problemlos überlesen werden, wenn ohnehin nur alte Ideologiemuster an der Reizfigur Chavez abgearbeitet werden.


14.

 [makromizer](#) 08.10.2012

[Zitat von [hdudeck](#) anzeigen...]


1. Schauen sie mal in einem Wörterbuch nach, was die Bedeutung von "fast" ist.
2. "Revolución Bolivariana" ist ein von Chávez geprägter Begriff. Und nur weil Bolivien nach Bolivar benannt ist, bedeutet das noch lange nicht, dass er nicht auch in anderen Teilen Südamerikas eine ikonenhafte Bedeutung haben kann. "ohne Sinn und Verstand"... Als ernst gemeinte Frage, gibt es SPON-Artikel, in denen Chávez als Diktator bezeichnet wurde?

15.

 [Arotto](#) 08.10.2012

Warum nimmt sich SPON die Frechheit heraus und bezeichnet Chavez als "Führer" (Caudillo)? Chavez ist Präsident, demokratisch gewählt und wie Merkel kein "Führer".

16. Herr Glüsing schreibt aus Rio de Janeiro ...

 carahyba 08.10.2012

[Zitat von sysop anzeigen...]

Warum schreibt Herr Glüsing keinen Artikel über die Wahlen in Brasilien, die am gleichen Tage stattfanden. Erstmal waren die Wahlen in Brasilien viel interessanter als in Venezuela, zweitens vermute ich, dass der Autor vielleicht kompetenter berichtet hätte. Wen interessiert der unbekannte Krankenstand von Chávez, wer wen am meisten beleidigt hat oder die okulte Message Capriles an Chávez

17. Wie kann Chavez gerechtfertigt werden

 globus54 08.10.2012

Ja die vorherigen Regierungen haben schlecht gearbeitet zu Gute muss man ihnen doch halten: Ölpreis bei 10\$ und es gab kein Steuersystem. Als das Mehrwertsteuersystem eingeführt wurde war Chavez der erste Nutzniesser. Wegen dieser schlechten Regierung hat das Volk für Chavez gestimmt weil er ihnen alles versprochen hat. Die Frage ist doch jetzt macht er es besser. meiner Meinung nach fällt die Antwort sehr gemischt aus. Für uns Europäer hat er ein ähnliches Sozialsystem eingeführt was er Missionen nennt: Hervorragend. Doch leider sucht man wohl vergebens Gesetze und Regeln nach denen eine Person berechtigt ist. Er legt Bücher offen in denen man sich registrieren kann. Dann geht es wohl so wie wir es von der DDR kennen. Wer in seiner Partei eingeschrieben ist und vor der Wahl einen Tageslohn bezahlt hat hat Chancen in Betracht gezogen zu werden. Wie sagte Chavez: Wer nicht mit mir ist ist mein Feind (Anmerkung: kriegt nix). Und Wie sagte er: Danke MEIN Volk. Ist Venezuela wieder zurück in die Zeit des Sonnenkönigs gefallen? Wer kann die Almosenverteilung sozial nennen? Wer kann behaupten, daß die Ölmillionen im Lande bleiben wenn Venezuela z.B. jedem Staatsangestellten in Nicaragua 30US\$ im Monat zahlt?


18.

 Onkel_Karl 08.10.2012

[Zitat von sysop anzeigen...]

Chavez war einer der ersten in Süd Amerika, der USA in die Schranken gewiesen hat und grosse Öl und Gas Unternehmen verstaatlicht hat, er hat Exxon und Co. aus dem Land geschmissen und die Gewinne aus dem Öl-Geschäft an das Volk verteilt, es ist ein sozialer Staat. Sein Fehler war, dass Venezuela neben Öl-Geschäft keine andere Produkte produziert die auf dem Markt bestehen können, 90% der Einnahmen in Venezuela stammen aus den Öl-Geschäften. Er hat es erkannt und hat während des Wahlkampfes viele Pläne vorgestellt, wie er Venezuela weniger von Öl und Gas abhängig machen will. Süd Amerika hat sich in den letzten 15 Jahren von USA emanzipiert, Brasilien hat riesige Gas-Ressourcen im Ozean entdeckt und ist nicht mehr auf Coca-Cola angewiesen, Argentinien hat seine Ressourcen verstaatlicht und Repsol zurück nach Spanien geschickt, ist auch verständlich, wenn fremdes Unternehmen im fremden Land Ressourcen ausbeutet und nichts dem Land zurück gibt und so ist es in jedem Land in Süd Amerika, die Politik hat erkannt dass die Länder gar nicht so arm sind aber jahrzehntelang arm gemacht wurden, weil Marionetten an der Macht waren und sich bereichert haben, während fremde Länder die Ressourcen ausgebeutet haben. USA haben sehr viele Sorgen wegen der Entwicklung in Süd Amerika, sie verlieren den Einfluss auf die Länder und haben mehr Ablehnung, als Willkommen in den Ländern erlebt. Nur Mexiko ist noch teilweise unter der Kontrolle der USA, wobei auch sehr viele unschöne Dinge ans Licht rausgekommen sind, wie z.B. verdeckte Waffenlieferungen an mexikanische Mafia mit Waffen aus USA. Alle andere Länder machen Geschäfte mit China oder blockfreien Ländern, sie sind nicht mehr an USA angewiesen. P.S. Mitt Romney wollte US-Truppen nach Mexiko schicken im Falle einer Eskalation in Mexiko;) Das zeigt die Gedankenwelt von Mitt, er kennt keine Länder oder Grenzen, er kennt nur Kontinente und ist sich sicher, dass alle auf Amerikaner nur warten, als Helfer...;)


19. lächerliche Stimmungsmache

 **Ostwestfale** 08.10.2012

[Zitat von **sysop** anzeigen...]

Der Tagesschau-Bericht gerade ging in dieselbe Richtung. Es hieß wörtlich, dass "nur noch die Hälfte" der Bevölkerung hinter Chavez steht. Selbst, dass es dann z.B. in Frankreich hieß Hollande habe mit überwältigender Mehrheit gewonnen. Wüsste ich es nicht besser müsste man glauben Hollande hätte klarer gewonnen. Von den Stimmenanteilen deutscher Bundesregierungen will ich gar nicht erst reden...


20.

 **snahdog** 08.10.2012

[Zitat von **Onkel_Karl** anzeigen...]


Mitt Romney hat sich gegen die Entsendung von US-Truppen nach Mexiko ausgesprochen. Rick Perry hatte diesen Vorschlag gemacht. So ist ihr Kommentar zu 100% falsch. Wie so einiges im Rest ihres Beitrages.

21. Sozialismus

 **ediart** 08.10.2012


Ein Reizwort in der westlichen Hemisphäre, keine Ahnung oder geprägt von einer spießigen, misslungenen "sozialistischen Revolution" in Europa. Da hält kein Vergleich. Lateinamerika tickt da anders und das müssen wir zur Kenntnis nehmen. Eigentlich ein Vorbild aber unsere kulturellen, sozialen Eigenschaften lassen da wenig Spielraum.

22. Unsere Medien

 **Andreas58** 08.10.2012

Gewinnt die CDU mit 35% bei 50% Wahlbeteiligung ist das ein Klasse Sieg. Unsere "Freunde" wie ein Herr S. aus Georgien oder ein Mafiosi aus dem Kosovo Herr T. bekommen keinerlei Kritik. Warum immer diese Voreingenommenheit gegenüber Russland, China oder Venezuela ?


23.

 **snahdog** 08.10.2012

[Zitat von **Ostwestfale** anzeigen...]

So seltsam ist das nicht wenn sie bedenken das Chavez in 2006 mehr als 60% und in 2000 fast 60% der Stimmen bekam. Insofern ist es nicht inkorrekt zu sagen dass "nur noch die Hälfte" der Bevölkerung hinter Chavez steht" weil ja zuvor weit mehr hinter ihm standen.

24. Hmmm...

 **wolla2** 08.10.2012

"If you rob Peter to pay Paul, you are always assured Paul's vote" oder "The trouble with socialism is that sooner or later, you will run out of other people's money" Das beschreibt das heutige Venezuela sehr gut. Wenn in 5 Jahren dann das Land ganz ruiniert am Boden liegt, dann muss wieder der verhasste Westen mit Milliarden Spritzen zu Hilfe kommen. Sozialismus hat noch nirgends funktioniert, er beschert nur der Masse ein miserables Leben. Pragmatist" Warum erinnert mich das eigentlich jetzt an die Euro-Situation?


25.

 [glücksbärchi35](#) 08.10.2012

[Zitat von [ediart](#) anzeigen...]

Ein Vorbild? Wenn wir hier auf einer fetten Öl-Blase sitzen würden, vielleicht. Aber wir müssen leider unseren Wohlstand durch Arbeit erwirtschaften. So etwas profanes ist in Chavez System dummerweise nicht vorgesehen.


26. Warum ist es so still in Venezuela?

 [mariafernanda](#) 08.10.2012

[Zitat von [sysop](#) anzeigen...]

Seit gestern Nacht ist es nur noch Totenstill in Venezuela. Warum wird auf den Strassen vor Freude nicht getanzt, wenn man sich auf dieser Seite diese linken Kommentare anschaut muesste es doch an jeder Ecke grosse Feiern geben. Aber nichts nur Totenstille. Ein Volk wurde mal wieder betrogen und die Welt schaut zu. Traurig, aber nur Linke und Pigmentgestoerte dürfen machen was sie wollen.

27. Ein Vorbild?

 [ediart](#) 08.10.2012

[Zitat von [glücksbärchi35](#) anzeigen...]

Wir sitzen natürlich nicht auf einer fetten Ölblase. Gott sei Dank! Da würden wir Gefahr laufen, dass irgendwelche Ölmultis uns ihre Politik aufdrängen mit Hilfe einer Marionettenregierung die natürlich über einen Putsch eingesetzt wird. Das wäre schon komisch und wir hätten nichts zu melden und alle Gewinne werden außer Landes gebracht. Ich denke das die Menschen in Venezuela auch hart arbeiten und nicht von ihren Hängematten aus ihre Ölfelder bestaunen.


28.

 [glücksbärchi35](#) 08.10.2012

[Zitat von [ediart](#) anzeigen...]


Interessant. Sie denken, dass es so sein müsste. Was ausser unbearbeitete Rohstoffe hat Venezuela international so anzubieten?

29. Rote Katastrophe

 [butternut](#) 08.10.2012

Chavez hat einen Großteil der Bürger in seinem Land in unmündige Almosenempfänger verwandelt. Für Arme, Faule und Opportunisten ein Paradies. Doch Chavez' "Sozialprogramme" sind null nachhaltig. Es gibt keine ordentlichen Bildungsprogramme. Die Ölförderung sinkt langsam, aber beständig. Die verstaatlichten Ölgesellschaften investieren weder in die Erschließung neuer Ölvorkommen noch in die Instandhaltung der vorhandenen. Wo das Equipment den Geist aufgibt, wird einfach nicht weiter gefördert. Die Folgen: Fehlende ausländische Investitionen, fehlendes ausländisches Know-how, Inflation, der gebildete Mittelstand, Unternehmer resignieren und verlassen das Land. Na ja, Sozialismus pur.


30.

 [ediart](#) 08.10.2012

[Zitat von [glücksbärchi35](#) anzeigen...]

Sie sind wirklich komisch welche Maßstäbe setzten Sie da. Ein Land was Unabhängig sein will darf das doch wohl in Anspruch nehmen ohne sich dafür rechtfertigen zu müssen welche "Leistung" es erbringt. Vorallen nach europäischen Standart-Gesichtspunkten. Sprich: dem Kollonialen-Geiste entsprechend, nun vielleicht tut es ja auch eine Missionsstation zu errichten um die Wilden auf den richtigen Weg zu bringen.


31. Glückwunsch!

 berns 08.10.2012

[Zitat von sysop anzeigen...]

Es ist ein Segen für Venezuela, dass Chavez weiter im Amt bleiben kann und das Soziale in diesem Land weiter ausgebaut werden kann. Die unverhohlenen Forderungen vieler vom Kapital abhängigen Medien nach Privatisierung von venezuelanischen Betrieben und die üblen Hinweise auf die "Gesundheit" von Chavez, mit dem Hintergedanken, er möge baldmöglichst zurücktreten, stinken zum Himmel. Obwohl in Venezuela keine Wahlpflicht besteht, haben über 80 Prozent an der Wahl teilgenommen. Die Mehrheit des Volkes hat ihn wiedergewählt und das ist gut so. Möge Venezuela wie Kuba ein friedliches Land bleiben, in dem private Abzocker und Ausbeuter nichts zu bestimmen haben.


32. Nanu?

 hollo43 08.10.2012

[Zitat von mariafernanda anzeigen...]

Was sollen denn Pigmentgestörte sein. Haben wir hier einen neuen Rassismus, den ich noch nicht kenne?


33. Wo leben Sie denn?

 berns 08.10.2012

[Zitat von Der Pragmatist anzeigen...]

Der Kapitalismus dagegen hat überall super funktioniert, man sieht es besonders an den Erfolgen der durch den Kapitalismus gemachten Kriege in Vietnam, in Afghanistan, im Irak, in Libyen. Besonders toll waren die Millionen Toten durch USA, NATO und andere vom Kapital anhängigen Länder. Die vielen Millionen armen Menschen in Spanien, Portugal, Griechenland und vielen anderen Ländern sind sicher glücklich über die Machenschaften der Bankkonzerne und der für diese arbeitenden kapitalistisch orientierten Regierungen, wozu auch die Regierung der BRD gehört, repräsentiert momentan durch Angela Merkel. Während in Europa und den USA immer mehr Menschen bitterarm geworden sind, oder in Kürze werden, haben Kubaner und Venezuelaner keine Angst davor, morgen vielleicht nicht mehr genug zum Essen zu haben. Sie brauchen keine Angst haben vor Arbeitslosigkeit. Sie brauchen keine Angst haben, morgen keine Wohnung mehr zu haben, weil sie die Miete nicht zahlen können, und sie brauchen keine Angst haben vor Krankheit, denn Arzt, Medikamente und Krankenhaus werden vom Staat bezahlt. Benzin kostet in Venezuela gerade mal 2 Cent pro Liter. Trinkwasser und Strom sind kostenlos. Soziale Sicherheit ist viel mehr wert, als die so genannte "Freiheit", von der Kapitalisten schwärmen.


34. In Venezuela wird gefeiert.

 berns 08.10.2012

[Zitat von mariafernanda anzeigen...]

Von wegen totenstill: Überall in Venezuela feiert das Volk den Wahlsieg von Chavez auf den Strassen! Hugo Still The Boss: Chavez re-elected for another term - YouTube (http://www.youtube.com/watch?v=xSv-2gSAx2Y&feature=player_detailpage) Hugo Still The Boss: Chavez re-elected for another term - YouTube (http://www.youtube.com/watch?v=xSv-2gSAx2Y&feature=player_detailpage)

35. Hugo Chavez ist halt ein erfolgreicher Politiker.

 [che_rnoby1](#) 08.10.2012

Wer in unseren Medien schwarz gemalt wird, ist halt besser als unsere Politikdarsteller. Seit der Jahrtausendwende hat er es geschafft, das BIP Venezuelas zu verdoppeln und die extreme Armut zu halbieren, trotz vieler kontraproduktiven Reformen. Das Land exportiert übrigens nicht nur Öl, sondern auch Eisenerz, Stahl, Edelmetalle, Aluminium, Zement, Textilien und hat eine positive Außenhandelsbilanz. Chavez ist einer der wenigen Politiker, welcher noch "cojones" hat gegenüber USA, seinem Handelsparntner no.1, und nicht Alles (Öl) gegen Appel und Ei verscherbeln will. Gratulation zu einem Wahlsieg, welcher mit 80% Wahlbeteiligung und weit mehr als 44% der Stimmen seine Politik bestätigt. Von solchen Ergebnissen wagen unsere Volksparteien nicht einmal zu träumen.


36. Seit gestern Nacht macht herrscht in Miami/USA Totesstille

 [habgenugvondenlügen](#) 09.10.2012

[Zitat von [mariafernanda](#) anzeigen...]

Sie beantworten ihre gestellte Frage doch selber, mariafernanda. Es ist Totenstill in Venezuela schreiben Sie nach der Wahl von Chavez zum Präsidenten von Venezuela. Ich kann keine Totenstille laut der Bilder von AP, reuters, AFP, dpa in Venezuela ausmachen. Das Gegenteil von Totenstille findet dort statt. Sie wollten vielleicht die Totenstille in Miami/USA rüberbringen, nur Venezuela gehört nicht mehr zu Miami wie in den letzten Jahrzehnten. Vielleicht sollte man sich von dieser Realität leiten lassen, dann käme auch in Miami keine Totenstille wegen Venezuela mehr auf.

37. Gehen Sie fragen

 [diwoocs](#) 09.10.2012

[Zitat von [mariafernanda](#) anzeigen...]

Gehen Sie auf die Strasse und fragen Sie Leute : niemand hat für Chavez gestimmt. Waren es die Wahlmaschinen ? Wir werden es nie erfahren. Milde ? Chavez macht auf milde, wenn er Probleme hat. Das vergeht,

38. Warum steigt die Kriminalität in Venezuela

 [stellerrand](#) 09.10.2012

Als Chavez an die Macht kam hatte er viele erschreckt mit der Äußerung "wenn jemand nichts zu essen hat und klaut sollte man ihn deswegen nicht bestrafen". Erschreckend war diese Äußerung deswegen weil sie von dem Präsidenten kam der als erster das gültige Gesetz des Landes folgen sollte. Andererseits haben viele, mich eingeschlossen gedacht, dass in dieser Äußerung auch was wahres enthält. Seit 14 Jahren sind nun viele soziale Programme "Misiones" eingeführt worden die den Armen bezüglich Bildung, Ernährung und medizinische Versorgung tatsächlich geholfen haben. In dieser Zeit ist auch der Barrel Öl von 8 Dollar auf ca. 100 Dollar gestiegen, so dass die Regierung von Chavez genügend Geld zu Verfügung hat um die Misiones zu finanzieren. Aber warum ist dann die Kriminalität so gestiegen. Sicher ist eine Antwort zu komplex aber ein wichtiger Grund hierzu ist die ständig gestiegene Arbeitslosigkeit. Chavez hat die Bedingung für Unternehmer verschlechtert, so dass viele ausgewandert sind. Er hat funktionierende Betriebe enteignet, katastrophal weitergeführt und damit sind weitere Arbeitsplätze verloren gegangen (im wesentlichen in andere lateinamerikanische Länder). Trotzdem ist durch die Öleinnahmen des Staates unheimlich viel Geld im Umlauf, so dass die Unterschiede zwischen denen die sich was leisten können und die die es nicht können, größer sind als je zuvor. Früher hat man gesagt die Armen haben nichts zu verlieren. Aber die Situation in Venezuela ist so wie die eines Kindes eines reichen Vaters der dem Kind Wunsch erfüllt, nur ihn nicht darauf vorbereitet selbständig zu sein. Das Kind sind die Armen, der reiche Vater ist das Öl. Obwohl der demokratische Prozess in Venezuela beispielhaft ist, auch für die westliche Welt, ist das Ergebnis der Wahl eine Tragödie. Der bequeme Weg ist gewählt worden. Es ist zu vermuten, dass die Personen die in Venezuela Leistungen hervorbringen und bisher noch an Venezuela geblieben und geglaubt haben nun auch das Land verlassen wenn sie können, da sie keine Zukunft mehr haben. Wieder werden Arbeitsplätze verloren gehen, wieder wird die Kriminalität steigen. Leider ist das Öl für Venezuela ein Fluch und kein Segen. Chavez nutzt beides aus: Das Öl und die Armut.

39. Bewußtes Verdrängen?

querschläger1959 09.10.2012

[Zitat von mariafernanda anzeigen...]

Ihrem Nicknamen nach könnten Sie eine spanischsprechende Person sein. Haben Sie keinen Fernseher? Oder-falls Sie sich z.Z. in Deutschland befinden, keine Möglichkeit einen Livestream im Internet anzuschauen. Ich-in Südamerika lebend-habe es den ganzen (Wahl)Tag bis (fast) zum nächsten Morgen getan und mich an den farben- und lebensfrohen Bildern erfreut. Ja-auch die langen Schlangen vor vielen Wahllokalen bis spät in den Abend waren ein wahrer Augenschmaus. Wirklich schade, daß Sie das verpaßt haben. Damit Sie nicht ganz so dumm sterben müssen, schicke ich Ihnen einen Link. Auf diesen Bildern sehen Sie ein richtiges Feuerwerk an Lebensfreude (Ihre vergeht Ihnen dabei hoffentlich nicht). Die ersten Bilder sind zugegebenermaßen von Prensa Miraflores. Richtig-die wurden sicherlich extra für die Aufnahmen gestellt. Aber ich kann Sie beruhigen. Etwas weiter unten kommen auch ganz viele bunte Bilder von Reuters. Und DIESE Agentur ist für Sie sicherlich unverfänglich. Ich wünsche Ihnen einen unbeschwerten und lebensfrohen Tag, wo immer Sie sich gerade befinden. Und ein kleiner Tip-Augen WEIT aufmachen; es gibt so viel Schönes auf der Welt...und wenn es auch "nur" ein großer Teil eines glücklichen Volkes in Venezuela ist. Und nun viel Spaß beim Anschauen des Verpaßten: En fotos: simpatizantes de Hugo Chávez se concentraron en Miraflores para respaldar a su líder (<http://www.noticias24.com/fotos/noticia/2480/en-fotos-simpatizantes-esperanza-hugo-chavez-en-miraflores/>)

40. Südamerikas eigene Verantwortung und Gegenbeispiel Kanada

F.X.Fischer 09.10.2012

[Zitat von Onkel_Karl anzeigen...]

Ein amerikanisches Land, das sich schon seit langer Zeit erfolgreich von den USA emanzipierte und seine Wirtschaft aufbauen und politische Stabilität schaffen konnte ist Kanada, - es zeigt was trotz der Nähe zu den USA möglich ist! Es ist erbärmlich, dass für den politischen und ökonomischen Mißerfolg Lateinamerikas immer die USA als Sündenbock herhalten muß! Und dabei war es vor zweihundert Jahren keine ausgemachte Sache, dass sich die ehemaligen angelsächsischen Kolonien zur Führungsmacht entwickelten und nicht etwas Mexiko, Großkolumbien, Brasilien, Rio del la Plata ...! Auch die USA waren nach ihrer Unabhängigkeit von Zersplitterung und Zerfall bedroht, - sie verhinderten dies und schufen ein funktionierendes Präsidialsystem! Anders die ehemaligen südamerikanischen Vizekönigreiche, die von Anfang an von Zerfall, staatlicher Zersplitterung, Bürgerkrieg, Diktatur und Oligarchieherrschaft heimgesucht wurden! Und dies auch schon zu Zeiten, als der US-Einfluß noch kaum vorhanden und es noch keine Einmischung in die Angelegenheiten Südamerikas gab! Wenn ferner als Entschuldigung für das lateinamerikanische Desaster die ehemalige koloniale Ausbeutung herhalten muß, so sollte man folgerichtig erwähnen, dass auch die USA einst als Kolonie für das Mutterland wirtschaftete und Kanada seine Unabhängigkeit oder Dominionstatus weit später erhielt! Heute aufstrebende Staaten wie Südkorea, China oder Vietnam mußten in jüngster Zeit weit verheerendere Interventionen, Kriege, Überfälle oder äußere Einmischungen hinnehmen als südamerikanische Staaten jemals, - sie steckten es trotzdem weg! Auch sie arbeiteten und arbeiten mit internationalen Konzernen, Investoren und Banken zusammen und ziehen daraus Nutzen! Südamerika hat grundsätzlich dieselben Chancen sich zu entwickeln, - es liegt an ihnen sie zu nutzen! Gegenbeispiel Kanada

41. Venezuela nach dem Wahlbetrug

walteryepez23e 09.10.2012

Ich schreibe direkt aus Caracas. Jetzt sind hier die Präsidentschaftswahlen entschieden und Chávez bleibt weitere 6 Jahre im Amt. Zum Glück ist es nicht zu den erwarteten Zwischenfällen gekommen, aber dies nur, weil die Opposition den offensichtlichen Wahlbetrug nicht reklamiert: 1.) Im venezuelanischen Wählerverzeichnis sind rund 40.000 Personen mit doppeltem Eintrag aufgetaucht, mit jeweils 2 direkt aufeinanderfolgenden Personalausweisnummern. Ich gebe Ihnen als Beispiel die beiden Ausweisnummern einer und derselben Person (19777305 und 19777306). Wenn Sie sich die Mühe machen, die Web-Seite der venezuelanischen Wahlbehörde aufzusuchen (www.cne.gob.ve) und dort dann die beiden Nummern im Feld oben rechts eingeben, können Sie sich selbst überzeugen: Beide Ausweisnummern gehören Leyvi Catherine de la García Ramírez, welche also zweimal, im selben Wahlzentrum, abstimmen durfte; so wie 39.999 andere Personen, alle eingeschriebene Mitglieder der Regierungspartei PSUV, auch. Aber die Opposition reklamiert dies nicht, unter Berufung auf eine Untersuchung durch die renommierte Katholische Universität Andrés Bello (UCAB), welches die angebliche Ordnungsmässigkeit des Verzeichnisses bestätigt. 2.) Bereits seit einiger Zeit ist hier allgemein bekannt, dass in den letzten Monaten rund 2 Millionen Kubaner, in Kuba, venezuelanische Ausweisspapiere erhalten haben, (sowie einige Zehntausende von Personen linker Orientierung in Ecuador, Bolivien und Nigeria); alles mit dem Ziel dort in den Konsulaten der Bolivarianischen Republik Venezuela abstimmen zu können. Als Experten die Opposition, vor etwa 2 Monaten, informierten, dass die Konnektion zwischen Venezuela und Kuba durch ein unterseeisches Kabel dazu benutzt werden könnte diese Wähler, virtuell, in venezuelanischen Wahllokalen abstimmen zu lassen, forderten die Oppositionsführer NICHT, die Verbindung am Wahltag zeitweise zu unterbrechen und damit diese Betrugsmöglichkeit auszuklammern, folgten diese dem Rat nicht. 3.) Die Moderatoren sämtlicher staatlicher Fernsehkanäle baten Ihre Zuschauer (, mit sichtlicher Nervosität), auch im Moment des offiziellen Schlusses der Wahllokale immer noch auf, jetzt unbedingt wählen zu gehen, um "das Vaterland zu retten". 4.) In mehreren Wahllokalen des Landes, in Sektoren wo die Opposition traditionellerweise die absolute Mehrheit hält, waren Wahlcomputer seit Öffnen der Lokale inaktiv und die Autoritäten weigerten sich auf manuelle (Papier-) Wahl umzustellen, wie es die hier gültigen Gesetze für eine technische Panne von mehr als 120 Minuten zwingend vorschreiben. Damit wurden etwa 200 Tausend Bürger um ihr Stimmrecht gebracht. 5.) Um etwa 18:30 Ortszeit, erhielt ein Freund mit dem ich den Tag verbrachte und der früher mit einem wichtigen Minister der Chávez-Regierung arbeitete, einen Anruf von einem Ex-Kollegen, welcher ihm mitteilte, dass der Präsident mit einem Vorsprung von 2 Millionen Stimmen als Gewinner proklamiert würde. Er rief aus einem parallelen, in den Instalationen der staatlichen venezuelanischen Telefongesellschaft CANTV befindlichen, Rechenzentrum an. Dass die Opposition hier nicht reklamiert hat, ist nur mit der hohen Korruption der Politiker dieses Landes zu erklären: Offensichtlich sind die Oppositionsführer mit der aktuellen Regierung durchaus zufrieden, und durch die Jahre konnte ich wiederholt persönlich beobachten, wie einzelne Oppositionsführer Zahlungen in den Büros von Abgeordneten und Vizeministern der Chávez-Regierung erhielten. Doch jetzt bleibt immer noch die Möglichkeit offen, dass die USA hier bald militärisch eingreifen. Auch wenn die Reklamation eines Wahlbetrugs und die folgende Gewaltspirale einen solchen Schritt vereinfacht hätten, gibt es immer noch andere Rechtfertigungsgründe für eine Invasion: Die Festnahmen von Walid Makled, "el loco" Barrero und Aldo Micciche, unter anderen Schwergewichten des internationalen Drogenhandels,

haben die DEA ja schon mit Zeugenaussagen über die Führungsrolle von Adán Chávez (Gouverneur von Barinas, Ex-Bildungsminister und Bruder von Hugo Chávez), José Vicente Rangel (leitender Berater von Chávez, Exminister in verschiedenen Ressorts und Ex-Vizepräsident), Diosdado Cabello (Präsident der Asamblea Nacional, Exgouverneur, Exminister, Kandidat für das Gouverneursamt im Bundesstaat Monagas), Dario Vivas (Präsident des Ausschusses für Partizipation und Medien der Asamblea Nacional und Direktor für Mobilisierung der Regierungspartei PSUV), Tareck El Aissami (Minister für Inneres und Justiz), Rafael Ramírez (Minister für Energie und Präsident der staatlichen Erdölgesellschaft PDVSA, sowie Cousin von Ilich "Carlos, el Chacal" Ramírez), unter anderen, im Drogentransit von Kolumbien nach USA und Europa; ausserdem gibt es seit längerem Beweise für die heimlichen Uransendungen von Venezuela nach Iran, neben anderen Unterlaufungen des UNO-Embargos gegen Iran. Und da Mitt Romney -nur aufgrund seiner Kritik der fehlenden Härte gegen Syrien, Iran und Chávez in den letzten Tagen- jetzt dabei ist, Obama doch noch zu überflügeln, steigt das Kriegsrisiko hier (und in Folge, auch in Iran). Bleibt also jetzt nur noch eine Frage offen: Wird Hugo Chávez in 6 Jahren seine fünfte Wiederwahl feiern können, wenn dann circa die Hälfte der Wahlbevölkerung das Kuba-ähnliche Bildungssystem seiner Regierung durchlaufen haben, oder fallen vorher die Bomben auf Caracas und andere wichtige Städte des Tropenlandes?

INTERNACIONAL

EUROPA EE UU MÉXICO AMÉRICA LATINA ORIENTE PRÓXIMO ASIA ÁFRICA BLOGS CORRESPONSALES

TITULARES »

► ESTÁ PASANDO

La UE castiga a Suiza

Crisis de gobierno en Italia

Espionaje Europa

Secuestro aéreo

Protestas en Caracas

MÁS TEMAS »

AVANCE

Consulte en PDF la primera página de EL PAÍS, Edición Nacional, del martes 18 de febrero »

El nuevo presidente contará con el regalo del ingreso en Mercosur

■ Chávez se encontraba desde 2006 con el bloqueo del Congreso de Paraguay

FRANCISCO PEREGIL | Buenos Aires | 7 OCT 2012 - 21:45 CET

28

Archivado en: Hugo Chávez Henrique Capriles Venezuela Latinoamérica Sudamérica América



Venezolanas residentes en Colombia, ante un consulado en Bogotá. / GUILLERMO LEGARÍA (AFP)



Enviar
Imprimir
Guardar

El nuevo presidente de Venezuela contará en su legislatura con un regalo que hace solo un año habría parecido impensable: [su ingreso en el Mercado Común del Sur \(Mercosur\)](#). La destitución del presidente paraguayo, Fernando Lugo, por el Senado de su país el pasado 22 de junio abrió una puerta comercial enorme para Venezuela, al incorporarse al selecto club fundado en 1991 por Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay. Por más que Hugo Chávez llamaba a la puerta de Mercosur, y a pesar de que los presidentes y los Parlamentos del resto de países estaban dispuestos a abrirla, Chávez se encontraba desde 2006 con el bloqueo del Congreso de Paraguay, dominado por los partidos conservadores. Pero apenas ocho días después de la destitución de Lugo, los presidentes de [Uruguay](#), [Brasil](#) y [Argentina celebraron una cumbre en Mendoza](#) y decidieron que se suspendía a Paraguay como miembro de Mercosur hasta que no celebrase nuevas presidenciales y, aprovechando que la suspensión le impedía ejercer el voto, se aprobaba la incorporación de Venezuela.

La América que aguarda al nuevo presidente venezolano parece ya estar muy lejos de los tensos enfrentamientos que se han vivido con Venezuela durante los 14 años que lleva Chávez en el poder. Muy lejos parecen haber quedado las tensiones que en su día mantuvieron Colombia y Venezuela, tensiones que llevaron a la suspensión de sus relaciones comerciales con Venezuela entre 2009 y 2010. El presidente Juan Manuel Santos, quien cuando ejercía como ministro de Defensa se quejaba amargamente de las relaciones entre Venezuela y las FARC, una vez alcanzada la presidencia ha logrado recomponer sus relaciones con el Gobierno del país vecino.

Los grandes aliados ideológicos de Chávez como Cuba, Bolivia, Nicaragua o Ecuador, aguardan expectantes el resultado de los comicios

La influencia de Venezuela en el continente no solo se ha extendido a los grandes aliados ideológicos de Chávez como Cuba, Bolivia, Nicaragua o Ecuador, que aguardan expectantes el resultado de los comicios. En Argentina, los partidos de la oposición y los diarios más críticos con el Gobierno acusan a la presidenta

Cristina Fernández de haber mimetizado de Chávez su estilo de confrontación y descalificación de los rivales políticos, el acoso a determinados medios de comunicación, y el abuso de los discursos presidenciales retransmitidos por cadena nacional, es decir, en todos los canales públicos y privados del país. Sin embargo, a pesar de que Argentina es el tercer país de América donde más uso se hace de la cadena nacional, los 17 discursos que ha pronunciado Fernández este año quedan muy lejos de las 75 horas empleadas por Chávez en la cadena estatal.



Eskup

Twitter

Francisco Peregril Pecellin

ÚLTIMA HORA

Llévate el widget

Diálogo de paz Palestina. El secretario de Estado de EE UU, John Kerry, se reunirá en París con el presidente de la Autoridad Nacional Palestina, Mahmoud Abbas, para discutir la situación de las negociaciones de paz con Israel. EFE.

EL PAÍS

Hace 12 minutos

Derechos Humanos en Venezuela. El líder de la oposición, Leopoldo López, ha propuesto la creación de una comisión de expresidentes latinoamericanos para que analice la situación exacta de los DD HH en el país sudamericano.

EL PAÍS

Hace 1 hora

Honduras sigue encabezando el ranking de asesinatos por habitante. Aunque año pasado bajaron los homicidios hasta los 79 por cada 100.000 habitantes, la cifra más elevada en el mundo, aumentaron los "crímenes atroces", según el informe respaldado por la ONU. Reuters

EL PAÍS

Hace 3 horas


Fernández Díaz sobre un posible gesto de desame de ETA: "El tiempo del teatro ya ha pasado; esperamos la disolución". El ministro del Interior asegura que el Gobierno

En su momento, el ministro de Relaciones Exteriores de Uruguay, Luis Almagro, ya advirtió que su país no estaba de acuerdo "por motivos jurídicos, políticos y éticos" con sumar a Venezuela en Mercosur. El presidente de Uruguay, José Mujica, tuvo que hacer un ejercicio de equilibrio para defender las palabras de su ministro al mismo tiempo que su decisión de votar la incorporación de Venezuela. Mujica reconoció que en aquella cumbre de Mendoza se analizaron "nuevos elementos políticos que superaban largamente lo jurídico".

Finalmente, Venezuela se incorporó el pasado julio a la organización regional y todo un potencial de mercado quedó abierto para Caracas. A pesar de que Mercosur está lastrado por la política proteccionista de Argentina, a pesar de que sus avances en el levantamiento de aranceles ha sido más bien escaso, abre un amplio margen de juego para todos. "Mercosur tiene defectos en pila", declaró el presidente Mujica, "pero menos mal que los tenemos, porque todo el mundo dice que hay que abrirse con el mundo, pero el mundo no se abre con nosotros. Porque el mundo es macanudo, pero macanudo para vendernos, para comprarnos no es tan macanudo. Entonces, con todos los defectos que tiene el Mercosur, menos mal que lo tenemos".


FORO EL PAÍS LOS QUE SIGO Todos los comentarios 28

Comentarios cerrados


 **Alexandro Sosa Salinas Sosa**


(mensaje borrado)


10/10/2012, a las 20:03

 **Willy Moreno**


Chávez no contará con el "regalo"; eso no es regalo, es merecido para Venezuela y conveniente para el resto del bloque. "Regalo" es algo no necesariamente merecido, algo que se logra sin esfuerzo. **Regalo es la retribución que percibe Francisco Peregril en El País por copiar y pegar notas de medios neoliberales de otros lares.**


 Ver imagen

 Responder Más opciones Seguir al usuario 09/10/2012, a las 19:26


 **sieteleguas**


Gracias por tu preocupación hermano, ciertamente todas esas posibilidades existen, gracias a dios gozo por ahora de buen estado de salud. Ciertamente el día de ayer ha sido maravilloso aunque mi candidato no haya ganado. En cuanto a disfrutar la vida eso trato todo el tiempo, felicitaciones por la victoria de Chavez y saludos.

 Responder Más opciones Seguir al usuario 08/10/2012, a las 17:04


 **Willy Moreno**


@sieteleguas, veo que has logrado sobrevivir una noche más al infarto repentino y no has tenido ningún accidente; al menos no mortal. ¿Te has hecho hoy el chequeo médico para descartar el cáncer o alguna de esas plagas mortales que nos acechan? Mientras relájate con el pueblo festejando y disfruta un día más de vida que no es poco.

 Responder Más opciones Seguir al usuario 08/10/2012, a las 16:57


 **juanjoelqueobserva**

paquito el perejil.....como te quedo el ojo?????, hay como usaria la famosa frase de maradona en uruguay, para dedicarsela a los poderes politicos, economicos y ME-DIA-TI-COS....jajajajajaja, el frupo prisa y el pais, deberian disculpares con los lectores, es una verguenza como han encarado las elecciones en venezuela, endiosando a uno y endiablado al otro, el pais a demostrado en donde quedo la prensa objetiva y veraz... 55% de los venezolanos, les dijeron a los hipocritas, cinicos e ilusos intereses, vete a tomar fanta.

 Responder Más opciones Seguir al usuario 08/10/2012, a las 16:37

 **juanjoelqueobserva**

a donde estas mario vargas llosa?????jajajajajaja siempre tan acertados tus comentarios y articulos, deberias dedicarte al futurismo..... a llorar a la iglesia, marito.....

 Responder Más opciones Seguir al usuario 08/10/2012, a las 16:28

 **juanjoelqueobserva**


llorar, llorar, llorar, llorar, por un amor que me dejo tan solo penas.....llorar, llorar, llorar.....

 Responder Más opciones Seguir al usuario 08/10/2012, a las 16:18


 **juanjoelqueobserva**


paraguay, no tiene nada que decir, venezuela es miembro pleno del mercosur, llore quien llore.

 Responder Más opciones Seguir al usuario 08/10/2012, a las 16:15


 **juanjoelqueobserva**




te lo dije, iluso, el pueblo venezolano te contesto todas las tonteras que escribiste todo este tiempo, EL PUEBLO VENEZOLANO TE DIJO:----- "POR QUE NO TE CALLAS".

 Responder Más opciones Seguir al usuario 08/10/2012, a las 16:14



 **juanjoelqueobserva**




hay como usaria la famosa frase de maradona en uruguay, para dedicarsela a los poderes politicos, economicos y ME-DIA-TI-COS....jajajajajaja, el frupo prisa y el pais, deberian disculpares con los lectores, es una verguenza como han encarado las elecciones en venezuela, endiosando a uno y endiablado al otro, el pais a demostrado en donde quedo la prensa objetiva y veraz... 55% de los venezolanos, les dijeron a los hipocritas, cinicos e ilusos intereses, vete a tomar fanta.

 Responder Más opciones Seguir al usuario 08/10/2012, a las 16:11




sieteleguas






Estamos asistiendo al ocaso del chavismo y ellos lo están celebrando. La MUD y el liderazgo de Capriles han sido todo un éxito la oposición ha crecido en votos 10 veces mas que el chavismo.

 Responder
 Más opciones ▾
  Seguir al usuario
 08/10/2012, a las 15:45




sieteleguas




El tiempo de dios es perfecto, a seguir la lucha, ya llegará el tiempo de la victoria.

 Responder
 Más opciones ▾
  Seguir al usuario
 08/10/2012, a las 15:37




javier69




Gran acierto el tuyo, con altura e ironía dejar claro como son las cosas. Te felicito!!!

 Responder
 Más opciones ▾
  Seguir al usuario
 08/10/2012, a las 13:30




leninmarxcastro


Este dictador tiene el mal gusto de haber ganado mas de 10 elecciones limpias!!! Que verguenza!!!!!! por que no reprime a su pueblo como en los países serios de Europa??? Que es eso de gastar la plata del petroleo en planes sociales y de alimentacion??? demagogo....

 Responder
 Más opciones ▾
  Seguir al usuario
 08/10/2012, a las 08:06





leninmarxcastro


Y???? no era un dictador mesianico???? Que van a decir ahora los derechosos??? jajajajhhh.... Miren a donde los ha llevado su "democracia" europea!!!! No se dejen engañar mas por medios de desinformacion como este!!!!

 Responder
 Más opciones ▾
  Seguir al usuario
 08/10/2012, a las 07:43




drysi


Felicidades venezolanos...

 Responder
 Más opciones ▾
  Seguir al usuario
 08/10/2012, a las 06:21
  Ver imagen




capriles_venezuela


es historia el desastre de Venezuela a partir de ahora estamos en la era del progreso y gracias a los jóvenes y a los venezolanos luchadores como hace 200 años

 Responder
 Más opciones ▾
  Seguir al usuario
 08/10/2012, a las 04:00




gapeba


El periodista se equivoca de cabo a rabo. Venezuela aún no socio pleno del Mercosur, porque Paraguay no ratifico su entrada, ni lo va hacer. Una cumbre de presidentes no puede suplantar el veto que Paraguay puso sobre el ingreso de Venezuela. La posición jurídica de la decisión de Mendoza es muy endeble y todos lo saben.

 Responder
 Más opciones ▾
  Seguir al usuario
 08/10/2012, a las 03:20




capriles_venezuela


FELIZ AÑO NUEVO, FELIZ NAVIDAD, VENEZUELA

 Responder
 Más opciones ▾
  Seguir al usuario
 08/10/2012, a las 02:33




capriles_venezuela




FELIZ AÑO NUEVO, FELIZ NAVIDAD, VENEZUELA

 Responder
 Más opciones ▾
  Seguir al usuario
 08/10/2012, a las 02:33




capriles_venezuela


FELIZ AÑO NUEVO, FELIZ NAVIDAD, VENEZUELA

 Responder
 Más opciones ▾
  Seguir al usuario
 08/10/2012, a las 02:32




doc_dario




ja ja ja.... Estuve viendo el partido Velez- Newells y en el entretiempo pasaron por la tv pública la publicidad oficial sobre el tema clarín, que la definen como la cadena nacional ilegal de Argentina....

 Responder
 Más opciones ▾
  Seguir al usuario
 08/10/2012, a las 02:08




capriles_venezuela


Verlo capear a duras penas, no solo el temporal, sino la humillante estampida de sus seguidores que le abandonaron bajo el inclemente vendaval tropical, escucharlo repetir sus ajadas consignas mientras intentaba bailar bajo la lluvia, obeso y abotargado por los medicamentos, solicitando seis improbables años más para cumplir sus incumplidas promesas de redención social, me hizo recordar piadosamente al joven oficial insurgente que, al rendirse gallardamente ante las cámaras, echó a rodar su vertiginosa carrera hacia el retorno y el fracaso ¿definitivo? del populismo militarista en nuestra América.....Son el final del artículo de Ibsen y representan el final c,linico del oficialismo encabezado por el saliente en Venezuela, el quiso otro final estertor con la cadena del sábado, y el cacerolazo reafirmó que no lo queremos. En el ultimo mitin de Caracas los seguidores se fueron a pasear por los centros comerciales en pleno cordónazo de San Francisco

 Responder
 Más opciones ▾
  Seguir al usuario
 08/10/2012, a las 01:51




aliaga70

Dos artículos muy interesantes para entender al chavismo en Venezuela y Latinoamérica, el primero redactado cuando parecía que el movimiento bolivariano era imparable, y luego se debilitó tremendamente. Sigue siendo de absoluta actualidad, "Latinoamérica en la encrucijada" <http://cort.as/2aZM> El segundo la forma de actuar del régimen que va destruyendo las instituciones del Estado. "Venezuela. Golpe de estado permanente", http://cort.as/2a_k

 Responder
 Más opciones ▾
  Seguir al usuario
 08/10/2012, a las 00:54


aliaga70

Hoy se juega el futuro de la revolución bolivariana que se ha movido a golpes de la ideología de Cuba y el dinero de Venezuela. Cuba sin Venezuela no tiene viabilidad económica, y se ha cobrado muy, muy caro el respaldo ideológico y en servicios de seguridad a Chávez, recomendando un artículo para saber la importancia económica de Venezuela para Cuba. "Cuba y Venezuela. La década prodigiosa de Cuba ... a costa de Venezuela" <http://cort.as/2aZU>

 Responder
 Más opciones ▾
  Seguir al usuario
 08/10/2012, a las 00:54



fedezaga

¿Te das cuenta lo que son los conservadores FP? le negaba a paraguay el acceso al petroleo solo por mezquinos y subordinados intereses.Pero ya les pasaron por encima.Con Cristina no se jode.



Responder

Más opciones ▾



Seguir al usuario

07/10/2012, a las 23:51



fedezaga

Hay una cadena Nacional en la argentina,que es ilegal, la del grupo clarín.La otra ,la verdadera es privilegio de la presidenta y la unica manera de que el pueblo sepa las cosas sin distorsion interesada.



Responder

Más opciones ▾



Seguir al usuario

07/10/2012, a las 23:47



fedezaga

Francisco,venezuela es la segunda reserva de petroleo en el mundo.Los paises invaden,matan inventan cosas para quedarse con el.No le veo nada de malo que integre un bloque que esta creciendo mucho como el Mercosur.Al contrario



Responder

Más opciones ▾



Seguir al usuario

07/10/2012, a las 23:44

SFR

SFR vous répond sur
toutsurlereseau.com

INTERNATIONAL POLITIQUE SOCIÉTÉ ÉCO CULTURE IDÉES PLANÈTE SPORT SCIENCES TECHNO ST

M Amériques

INTERNATIONAL AMÉRIQUES Argentine Attentat de Boston Belize Bolivie Brésil Canada Chili

Tous les jours à 8h30, découvrez les titres de l'actualité dans votre newsletter
« À la une »

E-mail :

Indiquez votre e-mail

Je m'inscris maintenant

☐ Oui, je souhaite recevoir les informations du Monde

Hugo Chavez réélu à la tête du Venezuela

Le Monde.fr | 08.10.2012 à 04h45 • Mis à jour le 08.10.2012 à 11h01



1 / 8

- L'ancien lieutenant-colonel, âgé de 58 ans, un temps affaibli par un cancer diagnostiqué en juin

► Lire le diaporama

► Accédez au portfolio

Le président vénézuélien Hugo Chavez a été réélu, dimanche 7 octobre, avec 54,42 % des voix devant son rival Henrique Capriles Radonski, qui en a obtenu 44,97 %. Les résultats portent sur 90 % des bulletins, selon le conseil national électoral (CNE), qui fait état d'une participation de près de 80 %. Selon le décompte quasi définitif, M. Chavez a obtenu 7 444 882 voix, contre 6 151 544 pour Henrique Capriles Radonski.

Peu après la fermeture des bureaux de vote, les partisans de Chavez avaient commencé à fêter la victoire de leur candidat, allumant des feux d'artifice dans les rues de Caracas. Le président sortant, comme M. Capriles, avaient appelé leurs partisans au calme jusqu'à l'annonce définitive des résultats.

Peu après celle-ci, un message de remerciements était diffusé sur le compte Twitter de M. Chavez.



Hugo Chávez Frías ✓
@chavezcandanga

Suivre

Gracias Dios mío! Gracias a todos y a todas!!

4:40 AM - 8 Oct 2012

21 817 RETWEETS 3 871 FAVORITES



CAPRILES RADONSKI RECONNAÎT SA DÉFAITE

M. Capriles Radonski a reconnu sa défaite dans la foulée, félicitant son rival. *"Ici, celui qui n'est pas parvenu à emporter la victoire, c'est moi. Ici on ne se sent pas vaincu, ici on a contribué à ouvrir un chemin et ce chemin est là, a-t-il dit dans un discours devant ses partisans, dont certains étaient effondrés. Je suis aussi sur ce chemin, je ne vais pas laisser seule la moitié du pays. Je demande aujourd'hui à celui qui se maintient au pouvoir respect et considération envers la quasi-moitié du pays qui n'est pas d'accord avec le gouvernement."*

L'opposition, qui s'est organisée autour de la figure du candidat malheureux, va devoir se ressaisir pour aborder les élections régionales de décembre.



RENDRE "IRRÉVERSIBLE LA RÉVOLUTION SOCIALISTE"

Au pouvoir depuis quatorze ans, Chavez est réélu pour la troisième fois depuis la nouvelle Constitution, adoptée en 1999. Il obtient un nouveau mandat de six ans à l'issue d'une des campagnes les plus disputées qu'il aura eu à mener. Diminué par un cancer qui lui a valu deux opérations et de lourds traitements médicaux ces quinze derniers mois, il a promis en cas de victoire de rendre *"irréversible la révolution socialiste"* lors de son prochain mandat.



Le président entamera son nouveau mandat le 10 janvier. Sa réélection se traduira vraisemblablement par une augmentation des investissements de la part des pays alliés comme la Chine, la Russie, l'Iran ou la Biélorussie. Les relations avec Washington devraient rester tendues mais cela n'a pas empêché l'or noir vénézuélien de couler à flots vers les Etats-Unis ces dernières années.

Voir notre portrait interactif : ["Hugo Chavez, portrait en cinq thèmes"](#)

Trois leaders de la gauche latino-américaine, la présidente argentine Cristina Kirchner et les présidents équatorien Rafael Correa et bolivien Evo Morales ont salué dimanche soir la réélection du président Chavez. Immédiatement après l'annonce des résultats, la première réaction est venue de Buenos Aires, avec un message de félicitations de la présidente argentine Cristina Kirchner. *"Hugo, aujourd'hui, je tiens à te dire que tu as labouré, semé, arrosé et qu'aujourd'hui tu as récolté"*, a écrit Mme Kirchner sur son compte Twitter.



Cristina Kirchner
@CFKArgentina

Suivre

Hugo, hoy quiero decirte que has arado en la tierra, la has sembrado, la has regado y hoy has levantado la cosecha.
[@chavezcandanga](#)

4:52 AM - 8 Oct 2012

3 839 RETWEETS 529 FAVORITES



A Quito, le président socialiste équatorien Rafael Correa a également félicité son homologue vénézuélien, dont il est proche. *"Chavez vainqueur avec près de 10 points d'avance ! Vive le Venezuela, vive la Grande Patrie, vive la Révolution bolivarienne !"*, a affirmé M. Correa également sur le site de micro-blogs.

Autre proche allié d'Hugo Chavez, le président bolivien Evo Morales a salué le *"triomphe"* de la *"démocratie"* au Venezuela, dans un message publié par l'agence officielle bolivienne. *"La victoire de Chavez est aussi la victoire de tous les peuples d'Amérique latine qui luttent avec leur dignité, souveraineté et destin propres"*, a estimé M. Morales.

Vos réactions (36)

Réagir



Un " Noir " il y a 71 semaines

Foncièrement l'économie reste celle d'un pays comprador.? C' est possible: Mais parler de dictature, c' est trop fort: Tout au plus, peut-on parler de dictature, comme ce fut le cas, pendant le dernier quinquennat, par le petit caporal - président de la république que vous savez. Quand aux corruptions, celles des ploutocrates, des banksters des riches pays occidentaux, elle est d' une toute autre amplitude mondiale: Merci à Chavez, Mélenchon et les autres, pour leur militantisme.



Eric Blair il y a 71 semaines

Le délire chavézien n'a rien à envier à la novlangue de Big Brother qui dans 1984 d'Orwell proclamait : "La guerre, c'est la paix" ou encore "la liberté, c'est l'esclavage". Ainsi lors de l'expulsion du Venezuela des représentants de l'ONG Human Rights Watch en 2008, le chef des agents de sécurité venu les chercher à leur hôtel pour les transférer manu militari à l'aéroport s'était présenté à eux comme "fonctionnaire des droits de l'homme". Sous Chavez, on ne plaisante pas avec l'ordre établi...



Bolivar il y a 71 semaines

Si l'histoire ne se répète pas, elle bégaie. Au Venezuela le régime de Chavez n'est pas sans rappeler la trajectoire d'un autre caudillo fantasque, le général Marcos Perez Jimenez qui mena en 1948 un coup d'Etat contre le gouvernement démocratique de Romulo Gallegos, se fit nommer président en 1952 et instaura une implacable dictature jusqu'à son renversement par un soulèvement populaire en 1958, un an après avoir remporté haut la main un plébiscite. Chavez sait que les peuples sont versatiles.



Pascale il y a 71 semaines

Vous avez raison mon bon monsieur. Un régime qui organise à peu près 1 consultation par an depuis plus de 10 ans et la gagne sans fraude (il ne vous aura pas échappé que son adversaire ne conteste pas le résultat de l'élection) est une super implacable dictature. Vous êtes comme FOG, vous, qui clame que le régime de Chavez est comme celui de la Corée du nord. Et tout ça sous le pseudo ... de Bolivar. Franchement, vous ne manquez pas d'air.



JARS il y a 71 semaines

Et les deux étaient militaires. D'ailleurs, Chavez en a fait l'éloge.
<http://www.youtube.com/watch?v=6MDklBptdFM>



Patrice GEORGE il y a 71 semaines

viva Chavez et viva le compradore Mélenchon Non, là je décaunes.

[répondre](#)



CITOYEN RESPONSABLE il y a 71 semaines

Bravo ,enfin une bonne nouvelle



Jay Lahaine il y a 71 semaines

Félicitations président! Puisse Dieu te garder près de ton peuple.



ricardo utzarroz il y a 71 semaines

Cette victoire aura au moins un mérite, celui de tordre le cou à l'image d'un Chavez dictateur, malgré son penchant autocrate. Sa victoire est en partie due à un clientélisme rendu possible grâce à la rente pétrolière. Il n'en demeure pas moins que la politique qu'il y mène pose de sérieux problèmes pour l'avenir du pays qui attend toujours des réformes structurelles en profondeur. Cette politique tourne souvent à la gabegie. Foncièrement l'économie reste celle d'un pays comprador.



Choroni il y a 71 semaines

Certes mais il existe peu de démocraties parlementaires dont le chef peut réduire en toute impunité la liberté d'expression et monopoliser l'antenne tous les dimanches pendant des heures. Le processus électoral est frauduleux initialement puisqu'il ne respecte en rien le temps de parole des candidats. Après il est sans doute encore plus frauduleux de se faire élire par un saupoudrage électoral massif déguisé en socialisme et financé par une rente pétrolière décuplée, tout en ruinant son pays.



ricardo utzarroz il y a 71 semaines

Certes Choroni. Mais qu'est-ce une démocratie. Outre la gabegie qui caractérise le régime, le fonctionnement institutionnel (voire les institutions même) pose problème. Mais en aucun cas, on ne peut le qualifier de dictature, même si certaines pratiques ont un relent despotique. Chavez a été élu par une majorité lors d'un processus électoral non-frauduleux. Quant à l'inégalité des moyens, c'est une question qui concerne toutes les démocraties parlementaires.



Choroni il y a 71 semaines

Oui, enfin l'élection au suffrage universel seule garantit-elle forcément au régime d'être démocratique? La corruption généralisée qui règne au Venezuela, le népotisme au sein de son gouvernement, le contrôle systématique des institutions et des lois qui devraient limiter les excès du pouvoir, la main mise sur les médias et moyens de communication, etc, continueront de donner au régime l'image d'une dictature.



DANIEL DOLLE il y a 71 semaines

Que la bourgeoisie ultralibérale et sa domesticité enragent ne peut que se comprendre. Malgré les flots ininterrompus de calomnies occidentales, le peuple du Venezuela a démocratiquement tranché, et le candidat de la droite a reconnu sa défaite. Le peuple ne sera pas dépossédé de ses richesses pétrolières et du fruit de son travail collectif par une oligarchie financière et parasite comme celle qui sévit en Europe. Un formidable exemple pour les peuples d'Europe.



Juan Manuel CUESTA il y a 71 semaines

Nous sortons ici en France de 5 ans de sarkozysme, de coups de menton, de roulements de mécaniques, de violations grandes et petites des principes constitutionnels, comme la séparation des pouvoirs, de scandales politico-financiers qui ne seront jamais jugés par la grâce d'un président qui aura tout fait pour les étouffer, de mise au pas de la télévision publique, qui continue d'être la voix de l'ancien maître et d'allégeance de la plus gde chaîne privée et nous osons faire la leçon à Chávez?



Juan Manuel CUESTA il y a 71 semaines

Nous sortons ici en France de 5 ans de sarkozysme, de coups de menton, de roulements de mécaniques, de violations grandes et petites des principes constitutionnels, comme la séparation des pouvoirs, de scandales politico-financiers qui ne seront jamais jugés par la grâce d'un président qui aura tout fait pour les étouffer, de mise au pas de la télévision publique, qui continue d'être la voix de l'ancien maître et d'allégeance de la plus gde chaîne privée et nous osons faire la leçon à Chávez?



Delacroix Pierre il y a 71 semaines

Pourquoi, le mauvais de l'un justifie l'autre ?...



Silva il y a 71 semaines

Quelle bonne nouvelle en ce matin blême ! Longue vie à Chavez ! Longue vie au socialisme bolivarien !



YANNIS LANTHEAUME il y a 71 semaines

Phénomène extrêmement intéressant: la couverture par Le Figaro de la victoire de Chavez: <http://www.lefigaro.fr/international/2012/10/08/01003-20121008DIMFIG00382-le-venezuela-celebre-la-reelection-d-hugo-chavez.php> Qui, des deux quotidiens, est vraiment le plus impartial dans sa description des faits? Qu'en dit le médiateur du Monde? Et que dit-il des innombrables commentaires d'abonnés qui critiquent la position absolument orientée de son employeur sur le Venezuela?



Juan Manuel CUESTA il y a 71 semaines

Je me méfie autant des grandes gueules que des militaires, et donc de Chávez qui pourrait se laisser aller et faire basculer le Venezuela vers un Cuba avec du pétrole. Mais je fais confiance au peuple vénézuélien qui a largement démontré sa maturité politique et qui n'a pas aveuglément voté pour le sortant, il l'a jugé sur pièces. Dans un continent habitué à la souffrance et la spoliation, ce peuple a vu ses conditions d'existence s'améliorer sensiblement, et il veut poursuivre l'expérience.



Delacroix Pierre il y a 71 semaines

"l'expérience", le mot est lâché, tout est dit. Si je regarde en France, tout le monde ne veut pas poursuivre "l'expérience" mais personne ne sait plus quoi faire. Chiche Hollande, un président "normal" !? Chaque président est une expérience, mais il y a des expériences comme Chavez qui durent sur plusieurs mandats et qui seront à comparer sur leurs résultats à l'issue. C'est de toute façon 20 ans plus tard qu'on a les bonnes ou mauvaises surprises et non forcément en direct...



Fabrice Bacchella il y a 71 semaines

Et hop l'armée des petits soldats de Chavez fidèle au rendez-vous pour tenter de nous faire croire qu'avec un pays à sa botte, Chavez est un démocrate. Ça fait depuis 1917 que vous faite le coup et vous n'avez rien appris : la démocratie, c'est uniquement quand les révolutionnaires sont au pouvoir. Toutes les autres définitions sont bourgeoises et formelles.



Marc il y a 71 semaines

Ce qui est merveilleux avec la pensée unique occidentale, c'est qu'elle a décidé une fois pour toutes qu'il ne pouvait pas y avoir une majorité pour soutenir une politique favorable aux pauvres. Si par miracle, cela se produit, cela ne peut venir que de, je cite, "autoritarisme, corruption, truquage électoral",.... Un peuple démocratique ne peut voter que pour les défenseurs des riches. Le Venezuela de Chavez a fait passer en 10 ans le % des pauvres de 50% à 25% . Quel chiffre en Europe ?



EMILIO ALBA il y a 71 semaines

La déclaration du perdant (Capriles) se poursuit ainsi: "Pour moi ce que dit le peuple est sacré". " Le temps de Dieu est parfait et le temps de Dieu arrivera". (El Pais) Petit complément d'info qui nous donne une idée de l'idéologie rejetée par les vénézuéliens qui, à leur insu sans doute, vivent le temps du Diable (ben oui, l'un n'étant rien sans l'autre, les deux on droit à une majuscule et le diable et le dieu, surtout que c'est la même).



Choroni il y a 71 semaines

Cette expression, el tiempo de dios es perfecto, est très souvent utilisée par les vénézuéliens et encourage la patience et elle est synonyme de « Tout vient à point à qui sait attendre ». Il ne s'agit pas d'une idéologie rejetée ou d'une allusion au temps du diable.



LuluC il y a 71 semaines

Le Monde va-t-il continuer de donner tant de place aux accusations mensongères de pouvoir dictatorial portées par M. Paranagua contre le régime vénézuélien? J'en doute car il ne s'agit que de la 14 ème ou 15ème consultation populaire tenue sous ce régime. Venant de journalistes s'exprimant dans un journal qui ne s'insurge pas contre le refus de tenir compte du résultat du référendum de 2005 et d'en organiser un nouveau en 2012, cela ne manquerait pas de sel.



EMILIO ALBA il y a 71 semaines

Je remarque qu'il y a eu élection, vote et victoire de Chavez avec un score de 54% et, surtout, que son adversaire reconnaît cette victoire. On espère que Madame Renée Fregosi qui, le 4 de ce mois, dans ce même journal, nous pondait une analyse ("Tourner la page de l'hégémonie chaviste") où elle misait sur une victoire de Capriles pour qu'enfin se "produise un retour de la démocratie" va vite nous expliquer qu'est-ce que c'est que cette opposition d'opérette qui reconnaît un dictateur.



Pascale il y a 71 semaines

Monsieur Alba, ne critiquez pas Mme Fregosi. Elle est un des meilleurs soutiens de Chavez en France : quiconque lit 20 lignes de sa prose ou l'écoute 5 minutes (elle nous a fait une prestation extraordinaire sur France Culture la semaine dernière), se transforme à l'instant en Chaviste convaincu. Elle est tellement dépourvue de nuances, tellement "les bons/les méchants", tellement agressive qu'on se dit immédiatement que celui qu'elle critique ne peut être que follement sympathique et compétent.



FABIEN CHAMPION il y a 71 semaines

Coquille en fin de paragraphe : "de couler à flots vers les Etats-Unis ces derniers années." Cldt. F.C.



No se ne va! il y a 71 semaines

Chavez réélu, la rédaction du Monde en dépression... ;-) Il y a une justice quand même parfois. Je fête ça en me désabonnant! Peut-être un peu radical mais plusieurs mois de désinformation anti-chaviste primaire ont eu raison de ma patience.



Marcel AUBERT il y a 71 semaines

Enfin une bonne nouvelle !



soussou il y a 71 semaines

Aie ! ça fait mal à quelques uns que Chavez soit réélu démocratiquement. Ils auront des années à débâter sur Chavez, et à raconter n'importe quoi. Les Etats Unis ont beaucoup de supporters dans la presse française...



KP il y a 71 semaines

Encore une défaite de la démocratie... Enfin de ce que les Occidentaux appellent "démocratie", la liberté du renard dans le poulailler... Je suis triste pour mon journal vespéral de référence... MDR!!



Claude ROUMIEUX il y a 71 semaines

MELENCHON et ses amis vont être contents ! Moi, je m'en fout, je ne suis pas vénézuélien, mais si je l'étais...



Laurence il y a 71 semaines

D'ici deux semaines...les occidentaux vont encore crier qu'il n'est pas démocrate, qu'il est antisémite (car antiimpérialiste), qu'il est l'ami d'amanadjad (qui est aussi élu démocratiquement)...etc etc Il est un démocrate et un vrai socialiste ...bravo chavez



Julien il y a 71 semaines

Il ne faut pas raconter n'importe quoi : Ahmadinejad n'a pas été élu démocratiquement puisqu'une fraude massive a été dénoncée de toute part. Contrairement à Chavez qui lui semble être élu dans des circonstances irréprochables. Par contre, là où je vous rejoins, c'est que reprocher au Venezuela de faire du commerce avec l'Iran, quand nous traitons avec Poutine, le qatar, la chine, l'Arabie Saoudite, etc, c'est effectivement hypocrite.



Hasta siempre il y a 71 semaines

Heureux Venezuela, heureux Vénézuéliens, ils ont la chance d'avoir un vrai président socialiste. Mais on a les socialistes qu'on mérite, n'est-ce pas ? Nous on a Hollande. Enfin, la réélection de Chavez est la première bonne nouvelle de cette journée.



H. Sterne il y a 71 semaines

Bravo et longue vie au président Chavez !

Résumé

LÓPEZ DÍAZ Ricardo. *Les discours en interaction de la presse en ligne. Propositions pour une théorisation de la coproduction journalistique*. Paris: Université de la Sorbonne Nouvelle-Paris III, 2014. 310 p.

Ce travail vise à présenter les caractéristiques des discours en interaction produits par la presse en ligne. Nous pensons à titre d'hypothèse que, d'une part, une analyse sémiolinguistique de la presse en ligne peut redéfinir, à partir d'une perspective actualisée, le contrat de la communication médiatique, et, d'autre part, que cette analyse sémiolinguistique de la presse en ligne peut nous conduire à introduire des éléments pour une théorie de la coproduction journalistique. En conclusion générale, après analyse du corpus sélectionné, composé d'informations publiées par quatre titres de référence (*TheNewYorkTimes.com*, *DerSpiegel.de*, *ElPaís.com* et *LeMonde.fr*), nous affirmons que la presse en ligne cherche à susciter des débats (polémiques) chez ses lecteurs afin de renforcer les bases de sa logique économique de machine productrice de sens. Le journalisme dit citoyen ou participatif relève, pour l'instant, d'une stratégie publicitaire et commerciale qui séduit les lecteurs en vantant les nouvelles possibilités offertes par le web. Même s'il est vrai qu'aujourd'hui grâce à ces dernières tout le monde peut être journaliste, tout le monde en revanche ne dispose pas des ressources techniques et des dispositifs de communication dont jouit la presse en ligne. Et surtout, il est impossible à l'internaute-journaliste d'avoir une portée équivalente dans le vaste et invisible auditoire des réseaux télématiques.

Mots clés : presse en ligne, analyse sémiolinguistique du discours, communication médiatique.

Abstract

LÓPEZ DÍAZ Ricardo. *The Discourses in Interaction of the Online Press. Propositions for a Theorizing of the Journalistic Coproduction*. Paris: Sorbonne Nouvelle-Paris III University, 2014. 310 pages.

The aim of this paper is to present the characteristics of the discourses in interaction generated by the online press. Our hypothetical matrix justifies, in one hand, that a semiolinguistic analysis of the online press can redefine, from a current perspective, the contract of the mass media communication, and, in other hand, that the semiolinguistics analysis of the online press can lead the introduction of the theoretical components of the journalistic coproduction. As a general conclusion, after conducting an analysis of the selected corpus, consisting of digital information published by four reference headers (*TheNewYorkTimes.com*, *DerSpiegel.de*, *ElPaís.com* and *LeMonde.fr*), we argue that online press intends to promote (controversial) discussions among its readers in order to strengthen the foundations of its economic logic as a sense-making machine. The so-called citizen or participatory journalism is, for now, an advertising and marketing strategy that appeals to readers, and plunges them into a wave of changing situations in which, it is true, everyone can now be a journalist, but never with the same technical resources, communication devices, and, above all, the same range in the vast and invisible audience of such networks.

Keywords: Online press, semiolinguistic discourse analysis, mass media communication.